

التجارة الالكترونية

الدكتورة
نوال عبد الكريم الأشعبي



التجارة الالكترونية

الأشهب، نوال عبد الكريم
التجارة الالكترونية / نوال عبد الكريم الأشهب عمان: دار امجد
للنشر والتوزيع، 2014
(1 ص)

و.إ.: 2014 / 4 / 1775

الواصفات: / التجارة الدولية / الانترنت
يحتل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبر هذا المصنف
عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى

الطبعة الأولى 2015

جميع حقوق الطبع محفوظة

لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو أي جزء منه أو تخزينه في نطاق استعادة
المعلومات أو نقله بأي شكل من الأشكال، دون إذن خطي مسبق من الناشر
عمان - الأردن

All rights reserved

No part of this book may be reproduced, stored in a retrieval
System or transmitted in any form or by any means without prior
permission in writing of the publisher



دار امجد للنشر والتوزيع

عمان - الأردن، شارع الملك حسين مقابل مجمع الفحيمس

جوال: 0796914632 - 0799291702

هاتف: 4652272 - فاكس: 4653372

dar,almajd@hotmail.com

التجارة الالكترونية

د. نوال عبدالكريم الأشهب

www.facebook.com/Econlibrary



مكتبة الاقتصاد Economics Library



دار امجد للنشر والتوزيع

المقدمة

في هذا العصر الرقمي الذي تنتشر فيه الإنترنت انتشاراً هائلاً، شاع مفهوم التجارة الإلكترونية التي تتيح العديد من المزايا، فيالنسبة لرجال الأعمال، أصبح من الممكن تجنب مشقة السفر للقاء شركائهم وعملائهم، وأصبح بمقدورهم الحد من الوقت والمال للترويج لبضائعهم وعرضها في الأسواق. أما بالنسبة للزبائن فليس عليهم التنقل كثيراً للحصول على ما يريدونه، أو الوقوف في طابور طويل، أو حتى استخدام النقود التقليدية، إذ يكفي اقتناء جهاز كمبيوتر، وبرنامج مستعرض للإنترنت، واشترك بالإنترنت.

ولا تقتصر التجارة الإلكترونية (E-Commerce) كما يظن البعض - على عمليات بيع وشراء السلع والخدمات عبر الإنترنت، إذ إن التجارة الإلكترونية - منذ انطلاقتها - كانت تتضمن دائماً معالجة حركات البيع والشراء وإرسال التحويلات المالية عبر شبكة الإنترنت، ولكن التجارة الإلكترونية في حقيقة الأمر تنطوي على ما هو أكثر من ذلك بكثير، فقد توسعت حتى أصبحت تشمل عمليات بيع وشراء المعلومات نفسها جنباً إلى جنب مع السلع والخدمات، ولا تقف التجارة الإلكترونية عند هذا الحد، إذ إن الآفاق التي تفتحها التجارة الإلكترونية أمام الشركات والمؤسسات والأفراد لا تقف عند حد.

لقد تمكن اختراع شبكة الاتصالات المعقدة الحديثة والمتمثل بشبكة الانترنت من إزالة الحدود بين جميع دول العالم ، وجعل العالم أشبه بالقرية الواحدة ، وظهر ضمن هذا الاختراع آليات وأدوات تعامل متعددة الأشكال ، والأغراض.

وتعد أداة أو آلية التجارة الإلكترونية إحدى الأدوات الحديثة التي أفرزتها شبكة الانترنت ، ورافق ظهورها تغير جوهري بيئة الأعمال الخاصة بها ، فمن

جهة هي أداة ذات طابع غير ملموس ، ومن جهة أخرى ونظرا لطابعها الفريد من نوعه رافقها غياب التوثيق المستندي لأغلب مراحل العمليات التجارية التي تتم من خلالها.

وانطلاقا من مفهوم أن كلا من مهنة المحاسبة والتدقيق تؤثر وتتأثر بالبيئة التي تعمل بها ، سيفوم الباحث بمحاولة شرح العلاقة المتولدة بين بيئة التجارة الإلكترونية ، ومهنة المحاسبة والتدقيق من جهة ، وبين معايير المحاسبة والتدقيق من جهة أخرى.

التجارة الإلكترونية

بدأ مصطلح التجارة الإلكترونية في الظهور بعد عام 1994 ، حيث أن هذا المصطلح ارتبط وبشكل كامل مع اختراع شبكة الانترنت Internet والتي غزت العالم بشكل منقطع النظير ، فشبكة الانترنت تعد من أهم اختراعات هذا العصر والتي استطاعت ربط دول العالم بشكل لم يكن من الممكن تخيله سابقا . ولا بد من التعرف على شبكة الانترنت أولا قبل التعرف على التجارة الإلكترونية وخصوصا لخلط البعض بين مفهوم شبكة الانترنت العالمية Internet و الشبكة العنكبونية العالمية (WWW) وهو اختصار World Wide Web .

شبكة الانترنت العالمية Internet :

هي عبارة عن شبكة اتصالات عالية تربط بين ملايين شبكات الاتصال وملايين أجهزة الكمبيوتر بشتى أشكالها وأنواعها .¹

الشبكة العنكبونية العالمية WWW :

وهي إحدى الخدمات المشهورة التي توفرها شبكة الانترنت العالمية والتي تساعد على الدخول إلى مليارات المواقع الموجودة على الشبكة² . يمكن القول بأن مصطلح التجارة الإلكترونية ببساطة يعني استخدام الانترنت والشبكة العنكبونية العالمية لتبادل العمليات بشتى أشكالها بين

¹ Kenneth C. Laudon & Carol Guericio Traver, E-commerce, by Eyewire, USA, 2001, P. (109)

² Ibid., P. (109)

الأعمال المختلفة ، مع التركيز على استخدام التكنولوجيا الرقمية في العمليات التجارية بين الشركات والأفراد¹ .

وقد عرفها البعض بأنها المعاملات التجارية التي تتم من قبل الأفراد والهيئات والتي تعتمد على معالجة ونقل البيانات الرقمية ، بما فيها الصوت والصورة من خلال شبكات مفتوحة مثل الانترنت أو مغلقة ، والتي تسمح بالدخول إلى الشبكات المفتوحة² .

وفي التجارة الإلكترونية لا بد من التطرق لعدة تعاريف أخرى ، ومن أهمها التالي:

- العمليات الرقمية Digitally Enabled Transactions وهي جميع العمليات التي تتم بوسائط تكنولوجيا رقمية ، والتي في أغلبها تتم عبر شبكة الانترنت والشبكة العنكبوتية العالمية .
- العمليات التجارية Commercial Transactions وتعني هنا العمليات التجارية التي تتضمن تبادل القيم (والمتمثلة بوسائط النقد المختلفة: كالأموال وبطاقات الاعتماد والشيكات) بين الشركات والأفراد مقابل بضائع أو خدمات.

ماهي التجارة الإلكترونية؟

التجارة الإلكترونية هي نظام يتيح عبر الإنترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات، كما يتيح أيضا الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات

¹ Kenneth c. Landon & Carol Guericks, Ibid., P. (7)

² زكري بلقاسم ودلويثي علي ، طيمة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة ، المؤتمر العلمي السنوي الثاني لتكنولوجيا المعلومات ودورها في التنمية الاقتصادية ، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، جامعة الزيتونة 6-8 أيار_مايو 2002 ، صفحة رقم 360 .

والمعلومات، حيث إن التجارة الإلكترونية تُسبِّح عبر الإنترنت عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء ويمكن تشيئة التجارة الإلكترونية بسوق إلكترومي يتواصل فيه البائعون (موردون، أو شركات، أو محلات) والوسطاء (للمواسرة) والمشترون، وتُقدَّم فيه المنتجات والخدمات في صيغة إلكترونية أو رقمية، كما يُدفع ثمنها بالنقود الإلكترونية

ويمكن تقسم نشاطات التجارة الإلكترونية شكلها الحالي إلى قسمين رئيسين هما

الفوائد التي تجنيها الشركات من التجارة الإلكترونية؛

تقدّم التجارة الإلكترونية لعدد من مزايا التي يمكن أن تستفيد منها لشركات شكل كبير، ويذكر منها على سبل المثال لا الحصر

- تسويق أكثر فعالية، وأرباح أكثر، من اعتماد الشركات على الإنترنت في التسويق، يتيح لها عرض منتجاتها وخدماتها في مختلف أصقاع لعالم دون قطع -طيلة ساعات اليوم وطيلة أيام السنة- مما يوفر هذه لشركات فرصة أكبر لحي الأرباح، إضافة إلى وصولها إلى المزيد من الزبائن

- تخفيض مصاريف الشركات: تُعدّ عملية إعداد وصيانة مواقع التجارة الإلكترونية على الويب أكثر اقتصادية من بناء أسواق التجارة أو صيانة المكاتب ولا تحتاج الشركات إلى الإلتحاق لكبير على الأمور البرمجية، أو تركيب لمجهزات ملاحظة الشمس تُستخدم في خدمة الزبائن ولا تُندو هناك حاجة في الشركة لاستخدام عدد كبير من الموظفين للقيام بعمليات الخرد والأعمال الإدارية، إذ توجد قواعد بيانات على الإنترنت تحتفظ بتاريخ عمليات البيع في شركة وأسماء الزبائن، ويتيح ذلك لشخص بمفرده سترجاع المعلومات الموحدة في قاعدة لبيانات لتفحص توافيح عمليات بيع بسهولة

- توصل فعلا مع الشركاء ولعملاء نظوي التجارة الإلكترونية المسافات وتغير الحدود مما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء وتوفر لتجارة الإلكترونية فرصة جيدة لشركات للاستفادة من لصانع والخدمات المعذمة من لشركات الأخرى (أي لموردين). فيما يدعى لتجارة الإلكترونية من الشركات إلى الشركات

- توفير الوقت والجهد لتصفح الأسواق الإلكترونية (e-market) بشكل دائم (عبئة ليوم ودون أي عبئة). ولا يحتاج لربائش للسفر أو الانتظار في طابور لشراء منتج معين. كما ليس عليهم نقل هذا المنتج إلى بيت ولا يتطلب شراء أحد المنتجات أكثر من النظر على المنتج. وإدخال بعض المعلومات عن الطاقة، الائتمانية ويوجد بالإضافة إلى الطاقات الائتمانية لعدد من أنظمة الدفع للائتمنة مثل ستخدم لفقود الإلكترونية (e-money)

- حرية الاختيار توفر التجارة الإلكترونية فرصة رائعة لريادة مختلف أنواع المحلات على الإنترنت. وبالإضافة إلى ذلك. فهي تروء لربائش بالمعلومات لكامله من المنتجات ويتم كل ذلك بدون أي ضغوط من الباعة

- خفض لأسعار يوجد على الإنترنت لعدد من لشركات التي تباع لسلع بأسعار أخفض مقارنة بالتاجر التقليدية. وذلك لأن التسوق على الإنترنت يوفر لكثير من لتكاليف لمعقة في التسوق العادي. مما يصب في مصلحة الزبائن.

- ييل رضا لمستخدم توفر الإنترنت تصالات تفاعلية مباشرة. مما يتيح للشركات الموجودة في السوق الإلكترونية (e-market) لاستفادة من هذه الميرت للإجابة على استفسارات الزبائن بسرعة. مما يوفر خدمات أفضل للزبائن ويستحوذ على رضاهم

أفاق ومستقبل التجارة الإلكترونية

يرaid يوماً بعد يوم عدد لشعار الذين يعربون عن تداولهم بالعوائد المرجوة من التجارة الإلكترونية، إذ نسمح هذه التجارة الجديدة للشركات الصغيرة بمواجهة الشركات الكبيرة وتستخدم العديد من تقنيات لتدليل للعمليات التي يواجهها. ولا سيما على صعيد سرية وأمن للعمليات المالية على الإنترنت، وأهم هذه تقنيات بروتوكول لتعليقات الأمانة (Secure Socket Layers SSL)

وبروتوكول شركات دولية، الأمانة (Secure Electronic Transactions SET)، ويؤدي ظهور مثل هذه التقنيات والحلول إلى إزالة الكثير من العقبات التي كانت لدى البعض، ونشر هذه المؤشرات بمستقبل مشرق للتجارة الإلكترونية، وخلاصة الأمر أن التجارة الإلكترونية قد أصبحت حقيقة قائمة، وأن آفاقها وإمكاناتها لا تقف عند حد.

مرغم كل هذه المؤشرات التي تُشر بمستقبل مشرق للتجارة الإلكترونية، إلا أنه من الصعب التسل بمستقبله إيجاب هذه التجارة، ولكن الشيء الوحيد المؤكد بأن التجارة الإلكترونية وجدت لتبقى.

اساسيات التجارة الإلكترونية

مفهوم التجارة الإلكترونية Electronic Commerce

لتجارة الإلكترونية هو مفهوم جديد يشرح عملية بيع أو شراء أو تبادل للمنتجات والخدمات والمعلومات من خلال شبكات كمبيوترية ومن صحتها الإنترنت هناك عدة وجهات نظر من أجل تعريف هذه الكلمة.

عالم الاتصالات يعرف التجارة الإلكترونية بأنه وسيلة من أجل يصال للمعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف أو عبر الشبكات لكمبيوترية أو عبر أي وسيلة تقنية.

- ومن وجهة نظر الأعمال التجارية فهي عملية تطبيق التقنية من أجل جعل المعاملات التجارية تجري بصورة تلقائية وسريعة
 في حين أن الخدمات تعرف لتجارة إلكترونية بأنها أداء من أجل تلبية رغبات الشركات والمستهلكين والمراء في حصر خدمة الخدمة ورفع من كفاءتها والعمل على تسريع إيصال الخدمة
 وأخير ، فإن عالم الانترنت يعرفها بالتجارة التي تفتح المجال من أجل بيع وشراء المنتجات والخدمات والمعلومات عبر الانترنت

هيكل التجارة الإلكترونية

لكثير من الناس نظر بأن تجارة الإلكترونية هي مجرد الحصول على موقع على الانترنت، ولكنها أكبر من ذلك بكثير هناك الكثير من تطبيقات لتجارة إلكترونية من مثل السوق والتسوق في المجمعات لتجارية الموحدة على الانترنت وشراء الأسهم والبحث عن عمل والقيام بمزايا والتعاون مع بقية الأفراد في عمل بحث ما ومن أجل تنفيذ هذه التطبيقات، يستلزم الحصول على معلومات داعمة وأنظمة وبنية تحتية

أن تأدية عمل هذه التطبيقات يستلزم الاعتماد على أربعة محاور مهمة

1. الناس
2. البنية العامة
3. المعايير والبروتوكولات التقنية
4. شركات أخرى

اقسام تطبيقات التجارة الإلكترونية

تطبيقات التجارة الإلكترونية تنقسم إلى ثلاثة أجزاء

- 1 شراء وبيع منتجات والخدمات وهو ما يسمى بالسوق الإلكتروني

- 2 تسهيل وتسيير تدفق المعلومات والاتصالات ولعبون ما بين الشركات وما بين الأجزاء المختلفة لشركة واحدة
- 3 توفير خدمة الربائش

الأسواق الإلكترونية: Electronic Commerce

لسوق هو عبارة عن محل من لتعاملات والمعاملات والعلاقات من أجل تبادل لمنتجات والخدمات والمعلومات وال أموال وعدم تكون هيئة السوق الإلكترونية من مركز لتجارة بين سيدة أو ما شبه بل هو محل شكلي مجوي تعاملات تجارية والمشاركين في الأسواق الإلكترونية من عدة ومشترين وسماسرين ليسو فقط في أماكن مختلفة بل مادي ما يعرفون بعضهم البعض طرق التواصل ما بين الأفراد في لسوق الإلكتروني تختلف من فرد لأخر ومن حالة لأخرى

• أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات والأسواق الإلكترونية

أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات Inter-organization Information Systems لا تركز على تبادل وتدفق المعلومات ما بين منظمين أو أكثر هرحها الأساسي هو لمخصص المعلومات بصورة فعالة كرسائل فحولات مادية وهو تير ولكيالات عبر الشبكات الخارجية وفي هذه الأنظمة من كل العلاقات ما بين الأطراف اللعبة قد تم الاتفاق عليها مسبقا، فلا توجد مفاوضات أخرى ولكن مجرد تعيد ما تم الاتفاق عليه مسبقا في حين أن لباعة والمشتريين في الأسواق الإلكترونية يتفاوضون ويريدون ويسعون في السعر ويتفقون على فائدة معينة ويعدون لأفاق وهم متصلين بالشبكة أو غير متصلين أنظمة ما بين المؤسسات تستخدم فقط في تطبيقات الشركات بالشركات في حين أن الأسواق الإلكترونية تستخدم في تطبيقات الشركات للشركات وفي تطبيقات الشركات للمستهلكين

أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات:

أنظمة المعلومات ما بين مؤسسات هو نظام يربط ما بين عدة جهات تجارية وعالميا ما تشمل شركة ما وموردها ومستهلكها ومن خلال أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات يستطيع لباعة والمشترون تنظيم وترتيب المعاملات التجارية الرئيسية ويتم تبادل المعلومات من خلال شبكات اتصالات تم تهيئتها بصورة مناسبة لكي لا يتم استخدام الهواتف ولوائح ورقية والاتصالات التجارية وصيغتها من أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات كانت تتم من خلال شبكات اتصالات خاصة ونكس لانجند، لأن هو، استخدم الانترنت هذه المعايير.

أنواع أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات:

- تبادل إلكتروني للبيانات Electronic Data interchange (EDI) يوفر اتصال لشركات للشركات بصورة آمنة عبر شبكات القيمة المضافة-Value added Networks
- لشبكة الإضافة Extranet وثني توفر اتصال لشركات للشركات بصورة آمنة عبر الانترنت
- التحويل، إلكتروني للأموال
- لاستثمارات الإلكترونية
- لتوصيل المتكامل هو هدية رسائل الانميلات ووثائق العاكس عبر نظام موحد للإرسال، إلكتروني
- قواعد بيانات المتقاسمة وبها أن المعلومات المحيرة في قواعد البيانات تكون قابلة للمعاينة من قبل جميع الأطراف المشاركين في التجارة ولعرض من هذا المقسم هو لنقل من لوقت للآراء لإرسال لبيانات واستقبالها إذ لم تكن البيانات مفتوحة للجميع والمقاسمة تجري عبر الشبكات لإضافة

• إدارة سلسلة توريد Supply Chain Management وهو التعاون ما بين شركات ومرودية ومستهلكية في مجال التوزيع بالطلب وإدارة قائمة الحرد وإنهاء لطلبات التجارية وهو التعاون الذي يؤدي إلى خفض لصانع للحزوة وإلى تسريع شحن البضائع وإلى تسريح بالتصنيع لأي

تصنيف مجال التجارة الإلكترونية من خلال طبيعة المعاملات.

شركة للشركة Business-to-Business وهو لبيع والشراء ما بين شركات وأعلب معاملات التجارة لالكترونية تصب في هذه الحئة وفي محلها هي أنظمة المعلومات ما بين لمعاملات وتعاملات لأسواق لالكترونية ما بين الشركات.

- شركة للمستهلك Business-to-Consumer وهو بيع لمشتجات والخدمات من شركات للمستهلك وتعاملاتها من خلال بيع لتجربة للمستهلك شركة أمدن وبيعها الكتب للمستهلك تعتبر من ضمن هذه الحئة

- لمستهلك للمستهلك Consumer-to-Consumer في هذه الحئة، من المستهلك يبيع لمستهلك آخر بصورة مباشرة و لأمثلة تشمل عندما يقوم مستهلك ما بوضع إعلانات في موقعه على لانتريت من أجل بيع لأشخاص الشخصية أو لخرات وأيضاً هناك مجال لمرجات على لانتريت من مثل Ebay

- لمستهلك لشركة Consumer to Business هذه الحئة تضم لأفراد لديهم يبعون متجات أو خدمات للشركات

- تجارة إلكترونية غير ربحية No business IC لكثير من الشركات غير لربحية مثل المؤسسات الدينية والاجتماعية تستعمل أنواع مختلفة من

لتجارة الإلكترونية من أجل خفض تكاليف إدارة المؤسسة أو تحسين إدارة المؤسسة وخدمة الزبائن

• لتجارة إلكترونية ما بين المؤسسات هذه حاجة تشمل جميع الشبكات الداخلية بالمؤسسة والتي غالباً ما تتم على على الشبكة الداخلية للشركة والتي تشمل بادل المنتجات أو خدمات أو لمعلومات وهذه الشبكات تمتد من سع منتجات الشركة إلى الموظفين إلى استراتيجيات التي تهدف من أحد من كلفة إدارة المؤسسة وتدريب العاملين باستخدام شبكات

تاريخ موجز للتجارة الإلكترونية

تطبيقات لتجارة إلكترونية بدأت في أوائل السبعينات من القرن الماضي وأكثرها شهرة هو منطق التحويلات الإلكترونية للأموال Electronic funds Transfers ولكن مدى هذا التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة وبعض من شركات صغيرة وبمدها التي تتبادل الإلكتروني للبيانات EDI ولدي وسع تطبيق لتجارة الإلكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى ونسب في رديد لشركات لمساعدة في هذه التقنية من مؤسسات مالية إلى مصانع ويأتي التجارة ومؤسسات أخرى

تطبيقات أخرى ظهرت أيضاً من مثل بيع وشراء الأسهم تذكر لسر على الانترنت وعلى شبكات خاصة. مثل هذه الأنظمة كانت تسمى تطبيقات الاتصالات السلكية واللاسلكية وفيها الإستراتيجية كانت معلومة وواضحة للعيان. ومع جعل الانترنت مادة مالية ودينامية في التسعينات من القرن الماضي وانتشارها ونموها إلى الملايين من البشر دون مصطلح تجارة إلكترونية حرج للصور ومن ثم تم تطوير تطبيقات لتجارة إلكترونية بصورة كبيرة أحد الأسباب التي أدت إلى النمو الكبير في عدد تطبيقات تجارة إلكترونية هو سبب تطوير لشبكات ولرونوكولات والبرمجيات وسبب آخر هذه الزيادة هو نتيجة لارتفاع حدة المنافسة ما بين شركات ومن عام 1995 إلى عام 1999

شاهدا لكثير من التطبيقات المدعة والتي تشمل في الإعلانات على الت
ولمردت وحتى تجارب لوقع لافتراسي للدرجة أنه كل شركة كبيرة أو
متوسطة حجم أنشئت ها موقع على شبكة الانترنت. وكثير منها لديها موقع
ملينة بالمعلومات. مثلا، في عام 1999 أنشئت شركة جيبيرل موتورز (General
Motors) أكثر من 18000 صفحة من المعلومات على موقعها وتحتوي على
98000 وصلة إلى منتجات الشركة وخدماتها ووكلائها

الطبيعة العلمية المتعددة للتجارة الالكترونية

ولأن التجارة الالكترونية تعتبر علم جديد في مجال جديد، فإنها مارلت
تطور مبادئها العلمية والنظرية
فهو واضح للحد ما أن التجارة الالكترونية تعتمد على بعض من العلوم
المختلطة.

لتسويق الكثير من الأمور التي لها علاقة بشؤون في العالم الطبيعي
تجد له علاقة في عالم الانترنت من مثل الإعلانات.

2 علوم الكمبيوتر يتحكم أحيانا لشخص من نعات لرمحة ولشركات
من أجل تطوير واستخدام موقع ورشاء السوق الالكترونية

3 قضية وسبوك المستهلك سلوك المستهلك هو معناه المدح في تجارة
الشركة للمستهلك. وأيضا سلوك المشتري له أهمية

4 عدم الموارد المالية تعتبر لسوك والأسواق المالية من أهم مستخدمي
لتجارة الالكترونية كما أن لالعاقات المالية تأخذ حيز كبير في عالم الت

5 علم الاقتصاد تتأثر لتجاره الالكترونية بالقوى الاقتصادية ولها
تأثير قوي على اقتصاديات العالم واقتصاديات الدول.

6 إدارة أنظمة المعلومات قسم أنظمة المعلومات هو القسم المسؤول
عن استعمال وإدارة لتجارة الالكترونية هذا القسم يعطي لكثير من الأمور من

مثل تحليل الأنظمة إلى تكامل لنظم بالإضافة إلى أنظمة التخطيط و الأمن
ولتنفيذ وأخرى

7 المحاسبة والتدقيق لرسمي لحسابات تجارية العمليات التي تجري
حلف لمكتب للمعاملات الالكترونية لا يختلف كثير عن المعاملات لاعتيادية
أشنة على الاختلاف التدقيق في الحسابات لتجربة للمعاملات لالكترونية
هي عملية صعبة

8 لإدارة يجب أن ندر لتجارة لالكترونية بصورة جيدة ويست
تدخل الكثير من علوم في علم لتجارة، لالكترونية فإن المدير قد يضطر إلى
تطوير واكتشاف نظريات جديدة في علم الإدارة

9 لقوانين التجارية والأخلاق الأمور القانونية والأخلاق مهمة جدا
في عالم لتجارة، لالكترونية خصوصا في الأسواق العالمية من الأمور الصعبة
كيفية تسيير الانترنت وكيفية التعامل مع الفرصنة

10 أخرى وتوجد علوم أخرى ترتبط بالتجارة الالكترونية من مثل
علم للمبيعات والروبوتات والأنظمة الحسنة والإحصاء والسياسة العامة كما
أن لتجارة الالكترونية مهمة دلسة لعلوم الهندسة والصحة والانشاءات وشر
الكتب والموسيقى

فوائد وفوائد التجارة الالكترونية

أولا - فوائد التجارة الالكترونية

لتقليل من الإبداع الإنساني لدى يتجور لموند التي قد نجمة، إذا
استعلا، لتجارة، لالكترونية بالصورة الصحيحة
1- فوائد التجارة الالكترونية للشركات والمؤسسات:

• توسع نطاق لسوق إلى نطاق دولي وعالمي مع انبيل من لتكليف من
بوسع أي شركة إيجاد مستهلكين أكثر ومرودين أفضل وشركاء أكثر

- ملائمة وبصورة سريعة ومهنة مثلا، في عام 1997 أعلنت شركة بويغ عن توفير ماني قدره 20 / من الكلمة، الأصدية وذلك بعد الإعلان عن الحاجة لتوسع من أجل مصنع نظام جرني للشركة وقد كان الإعلان على موقع لشركة على الانترنت فاستجابت شركة بحرية هذا الطلب وقد كان عرض لشركة البحرية أرخص وأفضل وأسرع من بقية الشركات
- تخفيض تكاليف إنشاء ومعالجة وتوزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية مثلا، فإيجاد دائرة مشتريات الكترونية من الشركات نستطيع قطع لتكاليف الإدارية للشركة بنسبة 85 %
- تسمح بخفض المخزونات من طريق استعمال عمية السحب في نظام إدارة سلسلة التوريد ففي نظام السحب من لعملية تبدأ بالحصول على طلب تجاري من قبل المستهلك وتوريد المستهلك بطلبه من خلال تصنيع لوفني المناسب.
- عملية السحب تسمح بتصنيع المنتج أو الخدمة وفق متطلبات المشتري وهذا يعطي لشركة أصدية تجارية على مديها وأكبر شأن على ذلك شركة ديل لتصنيع الحواسيب لأية
- تخفيض لفترة الزمنية ما بين دفع الأموال والحصول على المنتجات والخدمات
- نسب إعادة هندسة العمليات التجارية ومن خلال هذا التعبير من إتاحة لياحة والموظفين والإداريين تقفز إلى أكثر من 100%
- تخفيض تكاليف الاتصالات السلكية ولاسلكية ولانترنت أرخص بكثير من شبكات القيمة المضافة Value Added Networks
- وفوائد أخرى تشمل تحسين صورة الشركة وتحسين خدمة الزبائن وإيجاد شركاء تجاريين جدد وتسهيل العمليات وتقليل الفترة الزمنية لإرسال المنتجات والخدمات ورفع الإتاحة وتحسين من الأوراق وخفض تكاليف المواصلات وأخيرا زيادة المرونة في التعامل

ثانيا - فوائد التجارة الإلكترونية للمستهلكين:

1. لتجارة الإلكترونية تعطي الخيار للمستهلك بأن يتسوق أو يهي معاملاته 24 ساعة في اليوم وفي أي يوم من السنة ومن أي مكان من على سطح الأرض
2. لتجارة الإلكترونية تقدم الكثير من الخيارات للمستهلك بسبب قابلية الوصول إلى منتجات وشركات لم تكن متوفرة بالمعرب من المستهلك
3. في الكثير من الأحيان من التجارة الإلكترونية تكون من أرخص الأماكن للتسوق لأن البائع يستطيع أن يتسوق في الكثير من المواقع على الإنترنت ومقارنة بضائع كل شركة مع أخرى بسهولة ولذلك في آخر الأمر سيقدر أن يحصل على أفضل عرض في حين أن الأمر أصعب إذا سئلم الأمر زيارة كل موقع حمري مختلف فقط من أجل مقارنة بضائع كل شركة بأخرى
4. وفي بعض الحالات وخصوصا مع منتجات لرقمية من مثل لكتاب إلكتروني. فإن التجارة الإلكترونية تمكن المشتري من إرسال أصاعة بسرعة وبسهولة إلى البائع
5. في استطاعة الزبائن الحصول على المعلومات اللازمة خلال ثوان أو دقائق عن طريق لتجارة الإلكترونية وفي المقاس قد يستغرق الأمر أيام وأسابيع من أجل الحصول على رد إن قمت بطلب لمعلومات من موقع ملموس
6. لتجارة الإلكترونية تسمح للاشتراك في المردت الافتراضية
7. لتجارة الإلكترونية تسمح للزبائن تبادل الخبرات والآراء بخصوص لمنتجات والخدمات عبر مجتمعات إلكترونية على الإنترنت (اختديات مثلا)
8. تشجيع المنافسة مما يعني خفض الأسعار

ثالثاً : فوائد التجارة الالكترونية للمجتمع

- 1- لتجارة الالكترونية تسمح للمرد بأن يعمل في منزله ويعدل لوقت المتاح للسوق مما يعني ارداد هام مروري أقل في لشوارع وهو مدي يقود إلى خفض نسبة تلوث الهواء.
- 2- لتجارة لالكترونية تسمح لبعض من البصائع أن تباع بأسعار رخيصة، وبذلك يستطيع الأفراد الذين دخلهم لمادي ليس بالرفيع، يستطيعون شراء هذه البصائع مما يعني رفع في مستوى المعيشة للمجتمع ككل.
- 3- لتجارة الالكترونية تسمح للناس الذين يعيشون في مدن العالم الثالث أن يمتلكو منتجات وبصائع غير متوفرة في بلدانهم لأصلية ويستطيعون أيضا الحصول على شهادات جامعية عبر الانترنت.
- 4- لتجارة لالكترونية تيسر توزيع الخدمات العامة من مثل الصحة والتعليم والخدمات الاجتماعية بسعر منخفض وبكفاءة أعلى.

رابعاً : تحديات التجارة الالكترونية

1- التحديات التقنية للتجارة الالكترونية

- هناك نقص في الاعتمادية و الأمن والمعتبر و البروتوكولات
- ليس هناك خبر حقيقي bandwidth في للاتصالات لسلكية ولا لاسلكية
- أدوات تطوير البرمجيات ماركت تنمو باستمرار وبسرعة
- تصمم صلبة وحصل الانترنت وبرمجيات لتجارة لالكترونية مع بعض التطبيقات وقواعد البيانات المستخدمة حالياً
- قد يحتاج برودين إلى مرودات خاصة للربح وليس لمحتبة أخرى بالإضافة إلى مرودات الشبكات
- بعض برمجيات التجارة ،الالكترونية لا تناسب برمجيا وثقيا مع بعض المكونات الصلبة أو مع بعض أنظمة التشغيل

2- التحديات غير التقنية للتجارة الالكترونية

- لكلفة وتسويق كلفة تطوير التجارة الالكترونية بواسطة شركة بنفسها قد يكون عاليا جدا و لأخطاء النجحة عن فئة الخبرة قد تسب تعطيل لتجارة الالكترونية هناك عدة فرص لمح شركات تقنية بالقيام بهذه المهام ولكن ليس من تسهل معرفة أي شركة هي المناسبة وتسويق هذا النظام فإن على المدير أن يتعامل مع هؤلاء عبر حسية وهي صعبة الحساب
- الأمن والخصوصية هذه الأمور مهمة جدا في عالم الشركة للمستهلك خصوص في ميدان الأمن والأمان والتي يظن لكثير من الناس بأنها مبيعة 100 ولكن من الناس تخم عن المشاركة في لتجارة الالكترونية بدو هي الخوف من الكشف عن خصوصياتهم
- عدم ثقة ومقاومة لمستخدم بعض من لريائس لا تثق بالبيعة، المجهولين لدي لا يروهم ولا يثقون بالمعاملات عبر لورقية ولا بالقد، لالكتروني

3-عوامل أخرى:

- عدم لمس امتحانات بعض لريائس يودون لمس امتحانات قبل شررتها
- لكثير من الأمور القانونية لم يتم حلها بعد في لتجارة الالكترونية خصوصاً بالأمور التي تتعلق بالقرصنة
- لتجارة الالكترونية مارلت في طورها لأول وادي يتسیر بالتسیر السريع لكثير من الناس تود أن تری شيئا ثانيا قبل الاستمارة
- لا يوجد عدد كاف من لبيعة والمشتريين في الكثير من التطبيقات لجعل هذا الأمر مربحا
- لتجارة الالكترونية قد تسبب تهيأ في علاقات الناس مع بعضها البعض
- لدحول على الانترنت مازال باعظ الفهم لكثير من الناس وسرعة لاتصال مارلت بطيئة في الكثير من دول العالم

البنية التحتية للتجارة الالكترونية

أغلب مواقع لشجارة الالكترونية تقوم على نفس البنية لشبكة وبنوكولات لاتصال ومعايير لويب وأنظمة الأمن في هذا لفصل مركز على أساسيات لبى لنتحية لبرمجيات software وللمكونات لصلبة hardware التي نستعمل في أعراض لبيع ولشراء والخدمات وللمحادثة ما بين الشركة وربائتها وشركائها لبيجاريين فعلى لرغم من أن لأمرور مشابه ما بين موقع لشجارة لالكترونية أكثر من الأمور المحتملة إلا أن أحيانا بعض المواقع تحتاج إلى مروت وأجراء خاصة خصوصا في الموقع التي تشهد مثلا عدد مرتفع من لزيارات والتي تحتاج إلى طريقة خاصة لبيع ولشراء وفي هذا لفصل أيضا سنقرأ عن بعض من هذه الأجراء الخاصة وعندما نأفش البنية للبنية للموقع يجب أن مركز ما لبقية ليست وحدها لمعيار فأغلب المواقع تستخدم نفس لتقنية ولكن الأمر الذي يفرق ما بين موقع لأخر هو كيفية استعمال هذه لتقنية ودرجة الاهتمام بالناحية التجارية للموقع

كيف تشتري عبر الانترنت؟ خطوات تساعدك على التسوق الآمن

بشر استعمال بطاقات الدفع لائتمانية على شبكة لانتريت مشكلة كبيرة، لأنه عكس لدفع لعادي الذي يتم مباشرة بين البائع ولشترى في دقائق معدودة، حيث يكون لتعامل بهذه البطاقات في ساحة لانتريت قضاء مفتوحا لأن من سيقوم بالدفع سطاقتة يتعامل مع مئات الآلاف من بحدودون صطد بيانات هذه البطاقة وأرقامها ليقوموا باستعمالها في مشترياتهم، وبعدم عملية لتوقيع على النموذج الورقي لبطاقة لدفع بشر يجب قضاء أخرى لأن مطبعة لتوقيع على النموذج لأرصي لبطاقة لدفع قد يكون دافعا لكشف سارقها في حين أن لتعامل في لانتريت بهذه البطاقة لا يعطي فكرة عن هوية مستعملها وتوقيعه، فشخص موجود في جنوب شرق آسيا مثلا يستطيع سرفه بيانات بطاقة شخص آخر موجود في جنوب أمريكا عندما قام هذا الأخير

بامتثالها للشراء من موقع أمريكي، حيث يمكن أن يستعملها الشخص لأول
في عمليات شراء من موقع أخرى في شبكة الانترنت وفي أي مكان توجد هذه
المواقع

لشراء عبر الانترنت أصبح عملية متسعة لكونه إحدى الطرق السهلة
لشراء كل شيء تقريباً، حيث يمكنك التسوق عبر الانترنت في أي مكان على
الأرض، وفي أي وقت تريد، صباحاً أو مساءً، دون أن تترك منزلك، وكل ما
تحتاجه هو اتصال بالانترنت وبطاقة ائتمان مادية للمعاملات

لشراء عبر الانترنت أصبح عملية متسعة لكونه إحدى الطرق السهلة
لشراء كل شيء تقريباً، حيث يمكنك التسوق عبر الانترنت في أي مكان على
الأرض، وفي أي وقت تريد، صباحاً أو مساءً، دون أن تترك منزلك، وكل ما
تحتاجه هو اتصال بالانترنت وبطاقة ائتمان مادية للمعاملات

لذلك إذا لم يبق لك الشراء عبر شبكة الانترنت فإنه يمكنك إتباع
المصالح التالية حين تسوق عبر شبكة الانترنت

1. تحول قبل أن تشتري الانترنت هو أروع سوق عالمية يمكنك فيها مقارنة
الأسعار بدلاً من الخروج إلى الشارع والبحث في المحلات، حيث يمكنك
شراء كل شيء تقريباً دون أن تترك منزلك، بل، تحول بين مواقع مختلفة
تتخصص السلعة التي تريد شراءها لكي تحصل على ما تريد تماماً وبأفضل
تقارن الأسعار والمواصفات الخاصة بكل سلعة

2. قرر لشراء من الموقع التي تحظى بسمعة طيبة أو تلك التي تعرفها، وحين
تريد لشراء اقرأ بدقة شروط البيع خاصة شروط التوصيل وشروط
الاسترجاع، وبعض المواقع يوجد بها حانة للأسئلة التي يتكرر استعمالها
(FAQ)، والتي لابد من أن تراجعها إذا كان لديك أي تساؤل أو مشكلة

3. مشتمل دائماً موقع مؤمن (secure website) لدى يحافظ عادة على بيانات وأرقام بطاقتك الائتمانية التي تستخدمها في الشراء، وستكون قادراً على تحديد ما إذا كان الموقع الذي تريد الشراء منه موقع مؤمن أم لا عندما ترى علامة قفل معدني صغير تظهر أمامك في أسفل الشاشة في الموقع الذي مشترى منه، ويبدأ الموقع لمؤمن عادة بأحرف https بدلاً من أحرف http حيث يشير حرف s إلى موقع مؤمن (secure)، ويعني الموقع للمؤمن أن معلومات وبيانات وأرقام بطاقتك الائتمانية مخصصة قبل أن ترسل عبر الإنترنت إلى موقع الشركة ولا يمكن لأحد الاطلاع عليها أو سرقة معلوماتها
4. قبل إرسال معلوماتك إلى الموقع الذي مشترى منه تأكد من صحة لبيانات وأرقام الخاصة بقيمة مشترياتك وتفاصيل بطاقتك الائتمانية
5. احتفظ بنسخة من أمر الشراء في كل مرة تشتري بها عبر شبكة، وقم بطابعته مع الاحتفاظ بنسخة منه في المنزل (مكتب Hard Drive)، وهذا الأمر ضروري عندما يكون عندك تساؤلات عن بضاعتك المشتراة أو عندما تحتاج إلى استردادها، علماً بأن العديد من الشركات متقوم أيضاً بإرسال بريد إلكتروني لك يؤكدون من خلاله صحة الشراء، بذلك قم بطباعة هذه الرسالة الإلكترونية واحتفظ بها
6. حماية نفسك بشكل كامل اتبع النصيحة الذهبية لتأني لا تعد أبداً تفاصيل وبيانات أرقام بطاقتك الائتمانية عبر البريد الإلكتروني أو عبر خرف المحادثة
7. تذكر أن تقوم شهرياً بمراجعة "كشف الخس" بطاقة الائتمان لعمليات الشراء التي تتم عبر شبكة الإنترنت، ولا بد أن يكون وصفاً لك هذا أو أسماء بعض الشركات التي شريت منها، قد يختلف أحياناً عن اسم موقعها على الإنترنت

8. ستعمل بطاقة شتمانية واحدة فقط لشراء عبر الانترنت وحصلها هذا العرض حتى يسهل عليك اكتشاف أي محاولة لاستعمال بطاقتك. واحرص على أن يكون رصيد هذه البطاقة متماشياً مع قيمة مشترياتك عادة عبر الانترنت

في بداية الزمن كانت تقتصر التجارة على عمليات المداينة والتي كانت مرفقة وصعبة على الجميع بحكم التقارب الشديد في احتياجات المجتمع الواحد وبعد فترة من الزمن حثفت الدول فظهرت الفضة وظهر الذهب ويطور الأمر إلى أن وصل إلى الأوراق النقدية كما نرى الآن في وقتنا الحاضر ومع كل هذه التطورات

ظل لقاء البائع والمشتري مراد لا يتم لشراء لانه ، وكما عهدنا هذا الزمن العجيب في تطوره السريع لمجدد التجارة تخطت حاجز البعد عن طريق السبع والطائرات التي حولت الدنيا من أيام إلى بضعة ساعات وحتى دقائق ولتحول هذا لقاء البائع والمشتري إلى عقود يصاحبها الرماق بوب بتسليدها

في هذا لم تتوقف عملية هذا التطور بل زاد الأمر عن هذا بكثير وأصبحت التجارة تحدث بضغطة زر واحد

وهذا ما سمي بالتجارة الإلكترونية ، هذا لا لقاء بين التجار ، ولا عقود ولا احوار

ومع كل هذا التغير في طريقة التجارة عن السابق لا به قدرت حجم هذه التجارة بما في ضخمه نشر معالم عريب موعده ، لا يقل لا لغة لأرقام وضغطة الأزرار

يرجع مفهوم التجارة الإلكترونية إلى بداية التسعينات من القرن العشرين باستخدام شركات أمريكية شركات خاصة تربطها معاملاتها وشركات أعمالها ، وفي أوائل التسعينات بدأت تطبيقات التجارة الإلكترونية للتحويلات

للإلكترونية للأموال (Electron Fund Transfers) لكن مدى انطباق لم يتجاوز المؤسسات التجارية لمعلاقة وبعض لشركات ، في نفس فترة التسعينات أنى مفهوم تبادل لبيانات إلكتروياً (Electronic Data Interchange) ادى وسع تطبيق السجدة 'الإلكترونية' من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى وإمتدت النقية من مؤسسات مالية إلى مؤسسات أخرى

بدأ انتشار البريد الإلكتروني مع العمل لشكى ورد انتشاره في الأعمال سد أوئل لتسعينات كبديل فعال وسريع للبريد لفيدي ولفاكس ، ثم أصبح من أهم الأدوات التي يستخدمها رجال الأعمال والمؤسسات

مع تحول الإنترنت إلى أداة عالية وربحية في تسعينات القرن العشرين وابتشارها ونموها خرج مصطلح التجارة الإلكترونية ثم تطورت تطبيقات التجارة الإلكترونية

بانتشار شبكة الإنترنت ودخولها الخدمة العامة في النصف الأول من التسعينات ، ثم ظهور شبكة ويب حلال لنصف الثاني من التسعينات بدأت الشركات تستخدم البريد الإلكتروني مع خدمات إستعراض وإنشاء موقع ويب لعرض أنشطتها ومنتجاتها ووسائل الإتصال بها وببها

نتيجة لتطور وتحسين صفحات شبكة ويب على الإنترنت وسرعة انتشارها وتزايد عدد المستخدمين وإدراك أهمية الإنترنت قامت شركات بإنشاء وتغيير وتحديث مواقع نشاطها نشرت معلومات الأنشطة وإعلانات لوظائف إخبارية وبيانات لمتحدث بالرسوم والصور عبر شبكة ويب مع وصلات مرجعية للمنتجات وأقسام الإنتاج ولدعم لفي وتراسل إلا أن الوصول إلى المعلومات كان يستغرق وقتاً وجهداً مع صعوبة في الوصول إلى المعلومات بالموقع

بدأت تطبق التجارة الإلكترونية وتطور المعدات والشبكات ولمع
واردياد حدة المنافسة بين شركات وظهرت تطبيقات كثيرة وإعلانات
ولمردت وتجرب لوكلاء 'إفتر صبي' والواقع الإنترنت

بتطوير لنظم التفاعلية وأدوات البرمجة التي تتفاعل مع مستخدم لشبكة
والمواقع إتتمت الموقع من مرحلة الإعلانات إلى بيع منتجات البضائع ومراسلة
لدايع الذي يقوم بارسال البضائع وتحصيل قيمتها عند تسليمها

نظر 'إفتر' لشبكة للتأمين والسرية ونعشي لقرصنة وسرقة بطاقات
الإتمان ومن أجل حماية معلومات المستخدم واستخدام الشبكة مدعية أكبر في
ترميح أنشطة التجارة الإلكترونية بدأت إجراءات تأمين وتوثيق موقع الشبكة
ووجود قواعد بيانات لحفظ معلومات العملاء واستخدام هذه المعلومات في
تحديث قواعد بيانات الموقع

بتطور تقنيات الاتصالات الشبكية ولوصول إلى أدوات تأمين أمكن
استخدام بطاقات الإتمان في دفع قيمة البضاعة عبر الإنترنت

بدأت لأعمال الإلكترونية بين الشركات عبر الإنترنت لتتعل إليها
لصفقات اسعادية متعاضدتها وأعضائها لإدوية والوثائق كبوالص لتأمين
وهواتير الشحن ولحقود وأوامر الشحوبل لبيكي وعروض الأسعار
وإعتمادات مستندية وغيرها إلكترونياً بمصميم مختلفة عن الطرق التقليدية

نشأت الأسواق الرقمية كمواقع تلاق لشركات مختلفة إد ترمط مجموعة
كبيرة من المصممين والمورعين وتجرب التجارة وموردي مكومات لإنتاج في صناعة
أو نشاط بشبكة معلومات وحدة تحتوي على بياناتهم وتديرها شركة مستعدة
تقوم بإظهار مؤشرات المعلومات ولتدوير للمشاركين لتبادل المعلومات
التجارية وإستثمارها في عقد الصفقات بينهم

ظهرت شركات لتجارة (دوت كوم Dot Com) كمواقع مستقلة متخصصة في التجارة الإلكترونية ليست تابعة لشركات الإنتاج أو شركات البيع تخصص في عرض جميع منتجات متجعين ليقوم المستهلك بالتسوق والشراء من خلالها . وتحصل الموقع على نسبة من قيمة المبيعات التي تتم من خلاله

ظهرت بطاقات (تسمان لذكبة تتحل محل بطاقات التسمان العادية وتتيح سربة للعمليات ادالية عبر شبكة . ويعتقد أن هذه الطاقة قد تصبح أهم مقومات التجارة الإلكترونية

أدركت المؤسسات التجارية أهمية الإنترنت ويمكن إدراك مدى أهمية الإنترنت بالنسبة للشركات التجارية من أن نسبة 76 / من عدد المشتركين المحد في الإنترنت هي من مبيعات شركات ومؤسسات التجارية

في البداية ووجه مجتمع (إنترنت الشركات التجارية بالعداء بسبب إتهام معظم المشتركين لقد من لطافة الباحثين والعلماء . لكن التطور شجع الشركات على الدخول في مجال البيع والتجارة والخدمات وسرعات ما تجاوزت معها قطاعات هريضة من المستخدمين

مثل لتجارة الإلكترونية واحدا من موضوعي ما يعرف بالاقتصاد الرقمي لتفي Digital economy حيث يقوم الاقتصاد الرقمي على حقيقتين لحداره الإلكترونية وثقبة المعلومات - Information Technology IT . فتتجه للمعلومات وصناعة المعلومات في عصر الحوسبة والانصال هي التي خلقت لوجود اوقمي و حقيقي للتجارة الإلكترونية باعتبارها تعتمد على الحوسبة والانصال ويختلف لوسائل تنفيذ للتنفيذ وادارة لنشاط التجاري

والتجارة الإلكترونية E-commerce هي تعيد وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالصناعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الإنترنت أو الأنظمة لتقبة الشية . ويمتد مفهوم لشتع للتجارة الإلكترونية بشكل عام لي ثلاثة أنواع من الأنشطة - الأول . خدمات ربط أو دخول الإنترنت وما

تتضمنه خدمات لربط من خدمات ذات محتوى تقني ومثلها لوصف الخدمات المقدمة من مزودي خدمات الإنترنت ISPs (Internet Services Providers) ولثاني ، لتسليم و التزويد التقني للخدمات ولثالث استعمال الإنترنت كوسيلة أو وسيلة لتوزيع الخدمات وتوزيع البصنع والخدمات المسندة بطريقة غير تقنية (تسليم مادي عادي) وضمن هذا المفهوم يظهر الخط بين الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية واستغلال التنمية في أنشطة التجارة التقليدية

وفي الواقع لتطيفي . فإن التجارة الإلكترونية تتحد أنماطا عديدة . كعرض البصانع والخدمات عبر الإنترنت وإجراء البيع بالوصف عبر موقع الشبكة العالمية مع إجراء عمليات الدفع التقدي بالبطاقات المالية أو بغيرها من وسائل الدفع . وبناء متاجر فترسية و محل بيع على الإنترنت . ولقيام بأنشطة لتزويد والتوزيع والوكالة لتجارية عبر الإنترنت وممارسة الخدمات المالية وخدمات الطيران واسفل ولشحن وغيرها عبر الإنترنت

في عالم الإنترنت تُعرف التجارة الإلكترونية بأنه وسيلة من أجل توصيل المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط هاتف ، أو عبر شبكات الكمبيوتر أو عبر أي وسيلة تقنية

في الأعمال التجارية التجارة الإلكترونية تطبيق لتقنية من أجل جعل المعاملات التجارية تجري بصورة تلقائية وسريعة

في الخدمات : التجارة الإلكترونية أداة من أجل تلبية رغبات لشركات والمستهلكين والمديرين في خفض تكاليف الخدمة ورفع كفاءتها ولعمل على تسريع توصيل الخدمة

في الإنترنت هي التجارة التي تمتع بمكان من أجل بيع وشراء المنتجات والخدمات والمعلومات عبر شبكة الإنترنت

وتأخذ منظمة التجارة العالمية بتعريف أوسع ، حيث تشمل التجارة الإلكترونية أنشطة إنتاج السلع والخدمات ونوذجها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية ، وتشمل المعاملات التجارية طبقاً لهذه التعريف ثلاث أنواع من العمليات

1. عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه
2. عمليات تقديم طلب الشراء ومداد ثمن المشتريات
3. عمليات تسليم المشتريات

مميزات التجارة الإلكترونية

كثيرة هي الدراسات والمقالات التي تناول مميزات التجارة الإلكترونية واهمية لمجوء إليها واعتمادها نمطا رئيس للنشاط التجاري في عصر طريق المعلومات فائق السرعة ، ويمكننا ديجار عرض أبرز مميزات التجارة الإلكترونية مستفاداً من خلاصات لدراسات وتصدير المشار إليها على النحو التالي

أبعاد وسائل اتجار توافق عصر المعلومات

في عصر المعلومات والاتجاه نحو قضاء ساعات طويلة أمام أجهزة الكمبيوتر ومواقع الانترنت ، تعد الحاجة ملحة الى توفيق لأنماط التجارية مع سمات هذا العصر وسنوكيته ، من هه مكنت التجارة الإلكترونية من خلق أنماط مستحدثة من وسائل إدراء النشاط التجاري ، كإبيع عبر الوسائط الإلكترونية (B2B E-commerce) والتجارة الإلكترونية بين قطاعات الأعمال (business-to-business E-commerce) وفي كلا الميادين أمكن أحداث تعبير شامل في طريقة أداء الخدمة وعرض المنتج والمخفين لعرض الشامل لخيارات التسوق

الدخول الى الاسواق العالمية وتحقيق عائد اعلى من الأنشطة التقليدية

إن الصفة العالمية للتجارة الإلكترونية ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية ، وبمضئها تحول العالم إلى سوق ممتوح أمام المستهث بعض النظر عن الموقع الجغرافي للمائع ، والمشتري ، ولذا كانت اتفاقيات التجارة الدولية (حث ، حانس - تريس) تسمى إلى تحرير التجارة في البضائع والخدمات ، فإن التجارة الإلكترونية بطبيعتها تحقق هذا هدف دون الحاجة إلى جولات توافق ومعارضات ، من هنا قبل إن التجارة الإلكترونية تستدعي جهداً دولياً حاداً لتنظيمها بتمه لاها بطبيعتها لا تعترف بالحدود والقيود المفاضة وتتطلب أن لا تقيدما أية قيود

تلبية خيارات الربون بهصر وسهولة

تمكن التجارة الإلكترونية الشركات من تعهم حثا حث وصلاتها ورتاحة حثرت التسوق أمامهم بشكل واسع ، وهذا بدوره يحقق نسبة رضاء عالية لدى الزبائن لا تتبحه وسائل التجارة التقليدية ، ولربون يمكنه معرفة لأصاف ولأسعار ومبرات كل صنف والمفاضة وتعيم المنتج موضوع لشراء من حيث مدى تلبيةه لرغبة وخيارات للمشتري

تطوير الأداء التجاري والعلمي

فالتجارة الإلكترونية بما تتطلب من بس تحنية تقنية واسر تبحيات إدارة مابة وتسويقية ودره علاقات واتصال بالآخرين ، تتبج لفرصة لتطوير أداء المؤسسات في مختلف الميادين ، وهي تقدم خدمة كبرى للمؤسسات في ميدان تقييم ومعا وكفاءة موظفيها وسلامة ومعبية سنها التحنية تقنية ومراجع التأهيل الإداري

كما أن نمو التجارة الإلكترونية ببحر الأبحاث على إيجاد أسباب جديدة ومحسة لاستخدام لقسائم والشبكات الإلكترونية ، ولها هذه الأشياء هناك أسباب أعمال جديدة تودهر على الإنترنت والتي لم تكن ممكنة في العالم

الواقعي وعلى سبيل المثال، تباع شركات عديدة مخصصة في التعامل مع الشركات فائض مخزونها عبر الشبكة بواسطة مزادات الإنترنت وتبدأ شركة فورستر للأبحاث أن المزادات بين الشركات عبر الإنترنت متحقق مبيعات تتعدى 7.3 مليار دولار أميركي هذا العام فقط. والشئ الأكثر أهمية فيما يتعلق بمزادات الإنترنت هو تأثيرها على سعر المحدد، فهي بيئة المربدة، لا يستطيع منتج أو مورد أن يحدد السعر بمفرده. سعر الصناعة أو الخدمة يتحدد فقط بحسب الطلب المسجل في السوق. وتؤكد الدراسات على أن الحصول على الدعم للمهوى لتجارة الإلكترونية في جميع أقسام الشركة مسألة في غاية الأهمية ويمكن الحصول على مثل هذا الدعم من خلال تثقيب الكادر الإداري ومدراء التسويق وتنمية المعلومات ومانية ومسؤولي المبيعات حتى يتسنى تحليل جميع القطاعات في الشركة في لقررت التي ملأحد شأن لتجارة الإلكترونية

هذه الأمور مرياً لتجارة الإلكترونية التي تصعدا عدم فرصة استعمال هذا النمط من الأعمال لنوع اسواق قد لا يتيح لتجارة لتعبئة بلوغها ولاشاء مشاريع برؤوس أموال صغيرة قد تناسب فرص الاستثمار في لسة العربية

فوائد التجارة الإلكترونية

قبل أن نوسع في معرفه فوائد التجارة الإلكترونية فمن لاجدر توصيبح صور هذه التجارة ومن هم الاطراف المصيون بها لان يمكن وضع فوائد التجارة (إلكترونية خاصة بعد توصيبح لاطراف المستميدة او المستخدمة لها

فوائد التجارة الإلكترونية للمجتمع

لتجارة الإلكترونية أداءه لزيادة القدرة التنافسية وزيادة لصادرات بسهولة لوصول إلى مركز الاستهلاك، وإمكانيات تسويق لسلع والخدمات عالياً، وسرعة عقد وإنهاء الصفقات وتحليل لأسواق والاستجابة لتغيرات احتياجات ومتطلبات المستهلكين

تخلق التجارة الإلكترونية عرض لعمل آخر ولعمل في المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي تتصل بالأسواق العالمية بأقل تكلفة استثمارية . ومثل تجارة الخدمات مجالاً أساسياً في التجارة الإلكترونية .

تعمل لتجارة الإلكترونية على زيادة عدد الأفراد الذين يعملون من دحل منازلهم ويعمل من 'الاحتياج للخروج من المنزل من أجل التسوق مما يؤدي إلى تقليل عدد السيارات على الطرق وبالتالي الحد من التلوث

تمكن لتجارة الإلكترونية لشعوب العالم الثالث والمناطق الريفية بالتمتع بالمنتجات والخدمات التي لم تكن متاحة لهم من قبل مثل فرصة تعلم مهنة والحصول على شهادة جامعية تسهل التجارة الإلكترونية وحصول الخدمات العامة للأفراد مثل الرعاية الصحية والتعليمية وتوزيع الخدمات الاجتماعية الحكومية بتكلفة منخفضة وخدمة أعلى

لوائمة التجارة الإلكترونية لشركات

تقديم خدمات التجارة الإلكترونية يتطلب الوقت والطاقة والجهد والمبادرة . وإذا كنت كأدوات و'أرباح لتعبد موقع ونشعبه تتطور من هذا . لا يصعب مهمة أصحاب مواقع التجارة الإلكترونية بل يريد من إمكانيات هذه المواقع بما توفره التقنيات الجديدة

ويعد خفض التكلفة ميزة هامة من مزايا التجارة الإلكترونية حيث يتيح للشركات زيادة أرباحها مع خفض تكاليف التبادل من خلال التشغيل الإلكتروني للبيانات

تقدم التجارة الإلكترونية مزايا تستفيد منها الشركات مثل

- تسويق لأكثر فعالية وأرباح أكثر . فاعتماد الشركات على الإنترنت في تسويق يتيح عرض منتجاتها وخدماتها في العالم دون انقطاع مما يوفر فرصة أكبر لتحقيق أرباح إضافية وصولاً إلى المزيد من الزبائن

- تخفيض التكاليف لإدارية وتكاليف الشحن و لإعلان ومعلومات التصميم والتصنيع وتخفيض مصاريف الشركات
- القدرة على إنشاء شركات عالمية المتخصصة

فوائد التجارة الإلكترونية للمستهلكين

- تسمح لتجارة الإلكترونية للعملاء بالتسوق وإجراء المعاملات الأخرى على مدى 24 ساعة يومياً على مدار العام من أي مكان
- تقدم لتجارة الإلكترونية للعملاء باستمرار منتجات وخدمات أقل ثماً وذلك لأن تسمح لهم بالتسوق من أماكن عديدة وإجراء مقارنات سريعة
- تسمح لتجارة الإلكترونية بالتسليم السريع في بعض الحالات وخاصة بالنسبة لمنتجات الرقمية
- تشجيع المنافسة يعني خفض الأسعار ، تقليل التكاليف من شأنه أن يقلل أسعار السلع ، والمنافسة تعني تحسين مستوى المنتج وتوفير خدمات قبل وبعد البيع وتحسين جودة منتج نتيجة المنافسة
- توفر معلومات لمنتجات وأسواق ، وسرعة تلبية إحتياجات المستهلك، وتوفير عمل جديدة وخدمات ومنتجات جديدة .

تحديات التجارة الإلكترونية

- ورغم كل هذه الميزات التي ستوفرها هذه التقنية لا انه بصاحبها تحديات قانونية واجتماعية ولعل ابرز التحديات القانونية للتجارة الإلكترونية وقد أوضح (انشدي، ص 269- 287، 1426) هذه التحديات القانونية
- من تحديد تحديات لتجارة الإلكترونية القانونية ، يستلزم تصور العملية من مدتها وحتى نهايتها بشكل عام لا تفصيلي ، ومن ثم توجية مؤشر البحث نحو استخلاص صاويين لتحديات ، ومن ثم بيان محتوى التحدي وما تقرر من حلول مقاومة لمواجهة .

لتجارة الالكترونية في صورتها العامة ، طلبات بصاعة وخدمات يكون فيها لطلب في مكان غير مكان المطلوب منه الخدمة او البصاعة ، ويتم لاجابة شان توفر الخدمة او البصاعة على الخط ، وقد يكون البوصع - كما في الشجر لافتراسية ان تكون البصاعة او الخدمة معروضة على الخط يتبعها طلب الخدمة او طلب الشراء من الربون المنصع للموقع ، وعلى الخط بصا ، وباتالي يمثل الموقع المعلوماتي على الشبكة ، وسيلة لعرض محددة لحل التعاقد ونسبه و بدله في حالة خدمات على الخط (أي عبر شبكات المعلومات) وتير هذه المرحلة (لصاعة على لتعقد فعليا) مشكلات وتحديات عديدة ، وه ، توثق لمستخدم ،و الربون من حقيقة وجود الموقع و البصاعة و الخدمة وثانية ما مشروعية ما يقدم في الموقع من حيث ملكية موده دت لطبيعة المعويه (مشكلات ملكية فكرية) وثانها تحديات حماية المستهلك من شطة الاحتيال على الخط ومن المواقع الوهمية ،و ،المحتوى غير المشروع للخدمات والمتتبعات المعروضة ورابعها لصرائب المقررة على عائدات التجارة لالالكترونية عبر خط ، ومعايير حسابها ، ومدى اعتبارها قيدا مانعا وحدد من اردهار لتجارة لالالكترونية وهذه ،التحديات بصا توافر المراحل الثانية من خط شط لتجارة لالالكترونية ، فالموثوقية وحماية المستهلك لتحديد بسيران يتواز مع سائر مراحل انشطة التجارة الالكترونية

لمرحلة لثاسة تتمثل في إبرام العقد ، بحيث يتلاقى لايجاب والقبول على الخط ايضا ، ويتم ذلك بصور عديدة بحسب محتوى الشط التحاري ووسائل التعاقد المقررة على الموقع ، اشهره العقود لالالكترونية على لويب ، ولتعقدت بالمراسلات الالالكترونية عبر البريد الالكتروني ، وبوجه عام ، تتلاقى ارادة المرود و المسح او لناع مع ارادة الربون ويرم لاتفاق على الخط ، وه تظهر مشكنتين رئيسيتين اولهما توثق كل طرف من صفة وشخص وجود لطرف الاخر ، بحسب لتوثق من سلامة صفة التعاقد

وحيث ان من بين وسائل حل هذا التحدي يجد جهات محيدة تتوسط بين المتعاقدين (سلطات لشهادات الوسيطة) جهة ضمان لتوثق من وجود كل منهما وضمن ان المعلومات تتبادل بينهما حقيقة . وتدرس عملها على الخط من خلال رسال وسائل تأكيد او شهادات لتوثق لكل طرف تؤكد فيها صحة الطرف الآخر وثابة ما يحجب العقد الالكتروني و القوة التقوية الالزمة لوسيلة التماقد . وهذه بعضهما في لتجارة لتعديدية توقيع الشخص على العقد المكتوب ، و على طلب لتجارة و نحوه و لية الشخصية (لشهادة) في حالة العقود غير المكتوبة في شهد لوقائع لمادية لتصلة بتعقد في مجلس العقد و فيما يتصل بتعداد لأطراف للتزامات بعد الترم العقد . فكيف يتم لتوقيع في هذا العرض ، وما مدى حاجته من ثم بوسائل الكترونية ، ومدى مقبوليته في لائنات . وأليات تقديمه كينة ان كان مجرد وثائق ومعدات مخزنة في نظام ؟؟؟

و بيئة لتجارة الالكترونية توجد وسائل تمنح وطبيعتها ومن هنا وجدت وسيلة لتوقيع لرقمي (Digital Signature) لتتحقق وطبيعة لتوقيع التهدي على نحو ما ستوضح فيما يأتي

والمرحلة الثالثة تمثل في اعداد المتعاقدين لالتزاماتها . الدفع و مورد الخدمة الملمر بتسليم لمبيع و تعيد الخدمة ، ولربور الملمر بالدفع بالتسليم ، وكل التزام منهما لتحمل خاص به . والتزام بالتسليم يشير لمشكلات التحلف عن التسليم او تأخره و تسبب محل تحلف فيه موصفات لا تدق . وهي تحديثات مشابهة لتلك الحاصلة في ميدان الاشطة لتجارية لتقليدية . أما دفع لدل او التسليم ، فانه يشير لشكائية وسائل لدفع التقية كالدفع بموجب بطاقات الائتمان . او تزويد رقم البطاقة على الخط ، وهو تحديثا في بيئة لتقية ووليد ها ، او يشير اسلوب لدفع هذا مشكلة امن للمعلومات المنقولة ، وشهادات

الجهات التي تتوسط عملية الوفاء من عبر الخارج عن علاقة التعاقد أصلاً ،
على جانب التحديات الأنشطة الجرمية في ميدان إساءة استخدام بطاقات الائتمان
و أنشطة الاستيلاء على رقمها و عادة مااء الطاقة لعرض غير مشروع

يضاف إلى هذه التحديات ، تحديات يمكن وصفها بالتحديات العامة التي
تتعلق بالأنشطة ككل لا يمر حل تبعه كتحدي خصوصية العلاقة بين المتعاقدين
و خصوصية المعلومات المتداولة بينهما (المفصل 2 من هذا القسم) و تحدي حماية
الأنشطة ككل من الأنشطة الخيرية لمحترفي نظم الكمبيوتر والشبكات ، أو ما
يعرف عمومًا بجرائم الكمبيوتر (المفصل 3 من هذا القسم) و تحدي مشكلات
الاحتصاص القضائي في نظر الممارعات التي تظهر بين طرفي العلاقة التعاقدية،
د في بيئة الانترنت ، نزول الحدود و تفرص الخمرية . و نزول معها
لاحتصاصات الملكية لجهات القضاء ، فاي قضاء يحكم المارعة و اي قانون
يطبق عليها عند اختلاف حصة المتعاقدين ، وهو الوضع الشائع في حقول
التجارة الإلكترونية

ومن أهم القوانين العربية الصادرة في التعاملات والتجارة الإلكترونية

- قانون المعاملات الإلكترونية لسحريي الصادر بمرسوم رقم (28)
لعام 2002م
- قانون عاره دبي للمعاملات والتجارة الإلكترونية الصادر برقم
(2) لعام 2002م
- قانون المادلات والتجارة الإلكترونية نوسبي رقم (86) لعام
2000م

في الخفيف المسألة القانونية متشعبة للغاية وقد اكتسبت بتوسيعها بشكل

عام يسهل على الشخص العير قانوني استيعابه..

لي ها لم ننته هذه التحديات فهناك تحديات اخرى يجملها لاختلافات بين المجتمعات والمعايير وعبر ذلك من يفتح لي تظهر من السوق المستهدف و بالاحرى العالمي

وقد ذكر هذا الموقع www.aawsat.com/details.asp?section=التحديات

الاجتماعية

تحديات اجتماعية

يقدر ما يوفر التسويق الإلكتروني من فرص كبيرة ومتنوعة في ظل الاتجاه نحو العولمة والتحول إلى الاقتصاد الرقمي ، لا أنه يواجه بعض التحديات والصعوبات التي تحد من استخدامه والاستفادة منه ، ويمكن تحديد اهم هذه التحديات فيما يلي

التحديات التنظيمية

أن تنمية الأعمال من خلال التسويق الإلكتروني تحتاج إلى أحدث تغييرات جوهرية في البنية التحتية في الهيكل والممارس والمفاهيم التنظيمية للشركات . هناك حاجة ماسة إلى إعادة تنظيم هيكلها ودمج الأنشطة والمماريات الاتصالية ، التسويقية خاصة بالتسويق الإلكتروني بمنتجاتها لتتقدم مع تحديث إجراءات العمل بها بما يتماشى مع التطورات التكنولوجية المتجددة

ارتفاع تكاليف إقامة المواقع الإلكترونية

إن إنشاء موقع إلكتروني على الإنترنت أشبه ما يكون بإنشاء وساء موقع مادي . حيث أن تصميم وإنشاء وتطوير الموقع الإلكتروني يحتاج إلى خبره متخصصين وعلى درجة عالية من الكفاءة وكذلك الحاجة إلى دراسات تسويقية وعية بحيث تكون تلك المواقع الإلكترونية حديثة ومصممة بشكل قادر على

جذب انتباه العملاء وإثارة اهتمامهم ، كما يجب أن يكون الموقع مؤهلاً لتقديم قيمة إضافية للعميل بما يحقق للشركة ميزة تنافسية عن الآخرين

تطوير تكنولوجيا المواقع الإلكترونية

إن سرعة التطورات التكنولوجية في مجال تصميم وتطوير المواقع الإلكترونية وتغير معدلاتها وقدرتها التنافسية يعد من أهم التحديات التي تواجه استمرارية هذه المواقع ونجاح تسويق الإلكتروني من خلالها

عواقب اللغة والثقافة

أن اللغة والثقافة من أهم التحديات التي تعوق لتداعل بين كثير من العملاء وبين العديد من مواقع الإلكترونية ، لذا فهناك حاجة ملحة لتطوير برمجيات من شأنها إحداث طفلة سريعة في ترجمة النصوص إلى لغات يفهمها العملاء . كذلك ضرورة مراعاة لمواثق ثقافية والعادات والتقاليد والقيم بحيث لا تكون عائقاً نحو استخدام المواقع التجارية

الخصوصية والأمن

تعد السرية والخصوصية من التحديات التي تعوق وتؤثر على نقل بعض العملاء لفكرة التسوق عبر الإنترنت وخاصة أن عملية التبادل الإلكتروني تحتاج إلى الحصول على بعض البيانات من العملاء مثل الاسم ، نوع ، الجنسية ، العنوان ، طريقة التمدد ، وغيرها ، لذا فهناك ضرورة لاستخدام برمجيات خاصة للحفاظ على سرية وخصوصية تعاملات التجارة الإلكترونية مثل برنامج Cookies

عدم الثقة في وسائل الدفع الإلكترونية

إن أسلوب الدفع بواسطة بطاقات الائحة عبر الإنترنت هو أكثر أشكال التمدد ارتباطاً بالتسويق الإلكتروني ، وتعتبر عملية تحويل المود في صلب أي معاملات تجارية عبر الإنترنت من أكثر التحديات التي تواجه التسويق الإلكتروني ، لذا أصبح هناك اتجاه نحو استخدام برمجيات خاصة لتأمين وسائل

وبمحكم أما سدرج ضمن الدول لامية فهناك بعض التحديات الخاصة بهذا النوع من الدول

ولعل من أبرز التحديات التي تعيق في طريق لتجارة الإلكترونية في الدول العربية عدم الوعي الكافي لدى قطاعات عديدة بمفهوم لتجارة الإلكترونية وبأنها بعدتها تلك النقاط

- غياب نسبة التحية لضرورة هذا النوع من لتجارة الحديثة
- عدم وضوح لرؤية مستقبلية للتسويق الإلكتروني لدى مدراء لشركات
- ارتفاع لتكلفة لادية للتحويل إلى تسويق الإلكتروني
- عدم تقبل العملاء لفكرة لشراء عبر الإنترنت لإحساسهم بالمخاطر المتعددة بمودة السلع ودرجتهم في فحصها قبل الشراء .
- عدم توافر أجهزة كمبيوتر لدى نسبة كبيرة من لمواطنين في الدول لامية
- عدم انتشار الإنترنت بصورة كبيرة في بعض الدول الامية
- بطء شبكة الإنترنت وصعوبة لتقبل عبر لمواقع لإلكترونية في بعض لدول النامية

لي هنا فقد تصحت الصورة أكثر عن لتجارة لإلكترونية من خلال معانيها ومبرتها والتحديات التي تحمل بعضها من لميوت التي تصاحب هذا النوع من لتجارة فمن لاحصر إلا معرفه هل أحدثت هذه لتقية تغيرت على لعالم؟؟

وعل هي تتطور خلال هذا الوقت؟؟

لم تعد التجارة الإلكترونية من الأحلام المستقبلية كما كانت في لقرن الماضي ، فهي تتم الآن بصورة واضحة وخاصة في لدول المتقدمة تكنولوجياً ، حيث تعتبر كل من الولايات المتحدة ، اليابان وأوروبا هي الفائدة هذه التجارة في مفهومها ونحيفتها فهي تتطور بصورة سريعة لديها حصة مع إرديد الاستثمارات المباشرة في تكنولوجيا الاتصالات وتقنية المعلومات وبعد إنشأة الإنترنت للعوام بعد أن كانت قاصرة على هيئة حكومية وحدة فقط والسو التسريع للإنترنت سيؤثر بدوره على درجة هاهنية التجارة الإلكترونية التي ستكون في المستقبل السمة السائدة للتنوع التجاري في المجتمعات ككل سواء كانت عربية أو غير عربية ، حيث ستحاول الشركات إستغلال كل إمكانياتها في التجارة الإلكترونية بما سيؤدي بدوره إلى تقدم لخصيات تجارية على مجتمعات العالم بصورة تفوق كل توقعات لعملاء وشهينكين من حيث تعريف وتحديد السوق أو خلق أسواق جديدة بأكملها

فكل الشركات التي تتعامل لتكنولوجيا الحديثة سوف تتأثر بهذه التغيرات في الأسواق ، وعلى حد سواء من أعضاء المجتمع سوف يكونوا ظاهرين بصورة جيدة بشراء السلع والتوصل للمعلومات والخدمات فالإختيار سوف يكون ممتد بصورة كبيرة وسوف تستعد التقود والحرفية ارمية ومن المنظر مع نمو وتطور التجارة الإلكترونية وجود تغيرات لصورة لشركات الحالية يمثل في عدة عناصر .

- إحتواء دورات التسويق بالمعى التعلبيدي لتحل محلها برامج الكمبيوتر
- تدخل الأدوار بين الموردين والمصنعين والبائعين .
- إحتواء دور رحل لبيع لتعلبيدي لتحل محله موقع الإنترنت
- ظهور عناصر بترسية لا لاحتاج زيارة المحلات بل يمكن معابة البضائع إلكترونياً وبالتالي أيضاً إختلاف طريقة التصنع
- قلة الحاجة إلى لباني الصحة في الشركات

- العمل مع أنواع متعددة من الصانع
- إحتواء محروم الشركات بحيث توجه الطلبات لمركز لاتج لتوصيلها
- آلية التعامل مع العميل وتلورد والمتج .
- التحول في ميزان القوة التجارية بتزايد نفوذ الزبون
- إختلاف العلاقة بين المنتج والموزع والياتع والزبون
- التنظيم العالمي وتدخل الدول الكبرى لحماية مصالحها
- إتحاء نقل خدمات الإنترنت للمصدر يمرر من دور تجارة الإنترنت ووجود عدد من العملاء في مزارهم يمكنهم الوصول للمساحر الإلكترونية
- سباق إمتلاك موقع لإنترنت يعني أن لنجاح الشركات أصبح مرهوناً بمواكبتها للتحويلات ، الطارئة و لتغيرات المتعاقبة السريعة في الأسواق المالية و لتكنولوجيا وإتجاهات العملاء وفي مقدمتها شبكة الإنترنت .

كما أدت التغيرات التنظيمية التي أحدثتها لتجارة الإلكترونية في الشركات إلى إحداث تأثيرات في هيكل لسوق ، فاسوق وفق مفهوم لتجارة الإلكترونية هو سوق واحد في عالم يدعى لسوق لعالمي ويشمل لعالم أجمع ، وقد خلق هذا التطور في بومج لتسويق ، الإلكترونية تحديثات جديدة لسمو لتسويق تمثل بظهور مفاصل حدد لا يتممون إلى لقطع لتجاري أو لصناعي معه ، و ظهور وسطاء غير معروفين على شكل مواقع لتجارية على الإنترنت لبيع لمستهلكين صناعاً تشتريه من ، لأخرين . و ظهور لتجارات إستراتيجية بين الشركات لتوسيع مفاصلها في الأسواق العالمية ، ولتغير في تكاليف لصعدات لتجارية وهي سمة الجاذبة لتجارة الإلكترونية وتمثل ، لإلخفاص لتكبير في تكاليف الصعدات التجارية وهو من لأساس التي هجنت بنظور لتجارة الإلكترونية ، ولتغير في طبيعة مهام عمل موظفي لشركات خاصة وطائف لعاميين في المبيعات والتسويق والإعلان . مما يقتضي إعداد برامج تدريب لإضافة مهارات جديدة إلى الموظفين لعاملين في هذه المجالات

ويحكم هذه التعريفات التي أحدثتها وشحتها هذه التجارة نجد بها عطل جراً
من المجالات التي صاغت عنها بإيجاز

و التجارة الإلكترونية من الممكن أن توجد في بعض المجالات مثل تجارة
التجارة، البنوك، التمويل، التوزيع، التصميمات الهندسية

لعمليات تجارية، أسرار، خدمات متخصصة، التجارة الدولية

تجارة التجارة مثل ذلك تجارة الكتب والمجلات ويتم فيها البحث عن
اسم الكتاب والمحتوى ومعرفة السعر ويتم فيه عملية الدفع بطريقة إلكترونية
ويتم التسليم من خلال الناشر

بنوك والتمويل تقدم البنوك الخدمة الإلكترونية والتي تسهلها الاستعلام
عن الحساب ومتابعة أسعار البورصات والشراء للأسهم

لتوزيع مثال ذلك توزيع المنتجات الإلكترونية من برامج وحرر حاسب
الي وتوزيع صور وعلام وشرايط موسيقية

لتصميمات هندسية من الممكن الاشتراك في تصميم منتج جديد بدون
التواجد في مكان نفسه من خلال مجموعه عمل ومن شهر لأمثلة في هذا المجال
بام شركة فورد للسيارات تتكون فريق عمل لتصميم محرك جديد يعمل
أعضائه في 4 مواقع جغرافية

لعمليات التجارية من مثله ذلك نظم لياال لجاري بين شركات
حيث تقوم بعرض كاتالوجات إلكترونية لمنتجات ولقيم بعملية التبادل
مراجعتها لمحتوى ودعم نظم الدفع المختلفة وتبادل المستندات وتقديم خدمات
مبيل وما بعد البيع

لشراء من مثله ذلك قيام شركات لشراء بتراحة صدراتها من الخرائط
والمجلات بصوره إلكترونية

خدمات متخصصة مثل الاستشارات الطبية والتدبيرية وهندسية

هناك من يقول بطرح نفسه هل هناك شروط معينة سيجاج هذا النوع من التنمية وهل لها مبادئ يمكن السير عليها للوصول إلى أعلى مستوى من السجاج“

لأجابه نعم توجد هناك مبادئ أساسية حاكمه سجاج التجارة الإلكترونية منها

- إتاحة العرض المتكافئ أمام الجميع
- دعم وتشجيع المنشآت المتوسطة والصغيرة الحجم للمشاركة
- الحفاظ على مبادئ وقيم المجتمع وثقافته وهويته
- حماية الملكية الفكرية
- التزور في تحقيق الخصوصية والسرية بين مضمضات التجارة الإلكترونية وحماية المجتمع
- التعاون الدولي

إلى هنا تم بصاح لصوره كمله عن هذا النوع من التجارة وأهم لأمر المرتبطة فيه وأجد الآن سؤالاً مهماً يطرح نفسه

قد حظي هذا اسط الخديده من المناط لتجارة الخديده بما يستحقه من رعاية واهتمام من لدن قيادات الرشيدة ابداها لله حيث صدرت الموجه السامية على تشكيل لجنة عية دائمة للتجارة الإلكترونية على مستوى الوكلاء المختصين في ودرات (التجارة ، المالية و لاقتصاد الوطني ، البرق و البريد و هاتف) ومؤسسه البعث العربي سعودي ومدينة الملك عبدعزير بالعلوم و لتقنية كما تم تشكيل فريق استشاري من رجال الأعمال يضم لجنة من المختصين والمؤهلين عدياً في هذا خفل ، ليكون حلقة اتصال وتفاعل مع أجهزة ومؤسسات لقطاع الخاص وتواصل للجنة الوطنية والفريق الاستشاري جهودهم للإسراع في متكامل

متطلبات شرع مفاهيم وأناليب التجارة الإلكترونية في المملكة ونهية لبيئة
الملائمة لانتشارها وتشجيع الاستثمار في تقاسمها وتطبيقاتها لعملية

وإنما بأهمية التجارة الإلكترونية وأهمية لتغيرات التي تحدثها هذه
الثورة الجديدة نجد أن القيادة الرشيدة عمتله في وزارة التجارة قد قلعت وتقدم
الكثير من أجل توضيح هذه التقنية وشر الوعي اللازم وغير ذلك

ومن لأحد الآن وضع هم لأمر التي قامت بها ورده التجارة لتطوير
كل ما يخص التجارة الإلكترونية

- وضع خطة عمل شر تقيت التجارة الإلكترونية في المملكة
- تكوين لجنة هبة دائمة للتجارة الإلكترونية
- تكوين فريق استشاري من رجال الأعمال لتصميم المقترحات والمبادرات
بهذا الصدد
- إنشاء وحدة متخصصة بالمعارة الإلكترونية في وزارة التجارة
- شر الوعي بأهمية تقيات التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها لعملية
- متابعة جميع لأشطة دت انصت بالتجارة الإلكترونية التي تقدم على
الصعيدين الإقليمي والوطني
- لقيام بوزع كتيف يحمل عنوان التجارة الإلكترونية في المملكة بطلاقه
نحو المستقبل

لن ينتهي الحديث بعد عظاما هناك عقول تفكر وجهد تعمل على مدار
24 ساعة نمو دولة ونصحي أخرى مما في تطور دائم ويجب على كدول هامة
وسعودية خصوصاً أن تواكب هذا التطور المتجرف

و يجب ان 'عدم ويعلم كل من يسمع' و يتعامل ولو بشكل بسيط مع
 لتقبة لكل شكاها' ان يؤمن انه سباني يوم قريب لجد ن لاشجار صحت
 ،كثر سعاده

ولذا لا فلم بعد ك'ناسق واحد من ورقها لاهصر لحواله في ورق منتشر
 في كل مكان وستصبح له الارقام هي الاقوى سوء ،يبا'م لم نأبى فلهي.
 حسب هذا لتطور بانوعي 'تكالي' و'دورات' ل'تحصنه' و'لشف' لا متهي في
 ،جهاد للعلومه وكل ماهر جليل

الفرق بين التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية

لقد ظهر خلاف وجدل حول تعريف 'تجارة' الإلكترونية و'أعمال' الإلكترونية وما يندرج تحت الآخر¹، عالرأي الأول يعتقد بأن 'تجارة' الإلكترونية تشمل جميع العمليات الإلكترونية التي تقوم بها لشركات متضمنة كذلك لبيئة التحتية

لنظم معلومات لمشاة ونصم بآلي لأعمال، الإلكترونية، وحسب هذا الرأي¹ فإن، الأعمال، الإلكترونية عبارة عن عمليات لرقمية، الإلكترونية ضمن بيئة لمشاة فقط. ويقتصر دورها ضمن إجراءات لرقمية الداخلية وكذلك عليها، عملية، المسطرة و لاطلاع على حيثيات مخزون الشركة الموجود في موقع بعيد من خلال وسائل تكنولوجيا رقمية أما لرائي الثاني فيعتقد بأن لأعمال، الإلكترونية هي الأشمل ويندرج تحنها جميع أدوات، التعامل الإلكترونية، الأخرى.

ويرى الباحث بأنه من الأسب اعتماد لرائي الأول لأعراض إكمال، الدراسة من مطلق أن لرائي الأول اقرب للصحة. فمن جهة، تطلق جميع الشركات لعالمية، التعامل عبر شبكة الانترنت على جميع تعاملاتها الإلكترونية عبر شبكة الانترنت مسمى 'تجارة' (إلكترونية). ومن جهة أخرى يتفق لرائي الأول وبدرجة كبيرة مع لعقبة لإدارية و لمحاسبية مصطلح الأعمال Business يندرج على، المشاة كوحدة مستمرة، وأهدف من إنشائها هو إدارة عمل محدد لتحقيق ربح، ولتجاره Commerce تدلل على التعاملات مع الغير (للمحاج، للعمل الذي تم إنشاؤه

¹ Kenneth C. Jackson Op.cit. P. 100

أهمية التجارة الإلكترونية

يمكن لقول إن تجارة إلكترونية تعد من أهم اختراعات لعصر ولقي
يمكن من خلال تحقيق أرباح لم يكن من الممكن تحقيقاً سابقاً بالطرق التقليدية
والسبب يعود للأمور التالية

1 التخلص لتكلفة . كانت عمية التسويق لمنتج مكلفة جداً في السابق ،
حيث إن الإعلان عن منتج كان يتم بواسطة الوسائل التقليدية عبر
لبنات وأخرى ، أما الآن فيمكن تسويقه عبر شبكة الانترنت وتكلفة
صغيرة جداً

2 تجاوز حدود الدولة . كانت الشركة تتعامل مع عملاء محليين فقط
بالسابق وإن رعت في الوصول إلى عملاء دوليين كانت تتكبد مصاريف
كبيرة وغير مضمونة العائد ، أما الآن فيستطيع لشركة أن تصل طلاع
جميع على منتجاتها دون أي تكلفة إضافية تذكر ، خاصة أن شبكة
الانترنت دخلت جميع الدول

3 التحرر من القيود ، سابقاً كانت الشركة تحتاج إلى ترخيص معين
والخصوص لقوانين عديدة ونكبد تكلفة إنشاء فرع جديد أو توكيل لغيره في
لدولة لأجنبية حتى يتمكن من بيع منتجاتها ، أما الآن لم يعد أي من
تلك الإجراءات ضرورياً

ومعرفة المزيد عن أهمية التجارة الإلكترونية ، يمكن الاطلاع على
المسيرات المبرمة التي تتمتع بها

المميزات الفريدة لتقنية التجارة الإلكترونية¹

تتمتع تقنية التجارة الإلكترونية من غيرها من التقنيات لتقليدية بعدة مميزات ، ومن أهمها التالي

1- لوجود أنواع Ubiquity . من مطلق أن التجارة الإلكترونية متواجدة في كل مكان وفي كل الأوقات ، والتجارة التقليدية بحاجة إلى سوق ملموس يستطيع لمعامل الدعاة إلية للشراء . أما التجارة الإلكترونية فيها لا تحتاج إلى سوق ملموس ويستطيع لمعامل من خلالها الدحول إلى هذا السوق عبر للموس في أي وقت ومن أي مكان بواسطة الكمبيوتر وبلمسة بسيطة على الموقع الذي يرمع مزيارته ، ومصعطة عدة أررر يمكنه الإطلاع على المنتج وشراؤه

2- لتدول لعالمي Global Reach ، تمكن التجارة الإلكترونية المتعامدين من خلالها لمغطي حدود لدول ولوصول إلى أي مكان بالعالم ومصعطة زر بسيطة على الكمبيوتر ودول نكنمة تذكر على لقبض من التجارة التقليدية التي يقتصر لمعامل بها محبا وبصع على المتعاملين زيارة الأسواق العالمية للشوق

3- لمعايير عالمية Universal Standards . وهي مقاييس أو معاير شبكة لانتربيت . التي يتم من خلالها لمعاملات التجارة الإلكترونية ومشكل موحد بين دول العالم . أما التجارة التقليدية فتتصع لمعايير ومقاييس محبة تعتمد على لدولة مصها . فمقاييس التجارة الإلكترونية تخفص نكنمة لدحول إلى أسواق المسحات بشئ أشكاه . يسما مقاييس التجارة التقليدية حاصعة لمسات الدول ونكنمة دحول أسواق نكث الدول لمخضع من دولة إلى أخرى

4. موارد معلومات غنية Information Richness ، فالتجارة الإلكترونية ومن مطلق تمكنها من الوصول لجميع المستهلكين وفي شتى أنحاء العالم تزود المستهلك بمعلومات كثيرة ، بواسطة استخدام الشركات لجميع وسائط تكنولوجيا الرقمية ، كالوسائط المسموعة والمقروءة والمرئية ، يساهم في لتجارة التقليدية كانت آلية تزويد المعلومة تعتمد بشكل رئيسي على مقدرة المستهلك وجها لوجه

5 لتواصل Interactax ، تعد التجارة الإلكترونية آلية تواصل ذات فاعلية عالية جدا ، من مطلق أنها وسيلة اتصال ذات اتجاهين بين العميل والتاجر، وعلى سبيل المثال لا الحصر ، تعتمد التجارة لتמידية هذا النوع من الاتصالات ، فلو أن إحدى لشركات أعدت من بضائعها عبر انترنت ، فمن غير الممكن أن يتواصل العميل مع بعض عبر الهاتف ، ولكن هذا التواصل أصبح ممكنا عبر التجارة الإلكترونية

6 كثافة المعلومات Information Density ، من معروف بأن شبكة الانترنت جعلت المعلومات كثيفة و ذات نوعية محدرة وحديثة ، وشكل مشابه قللت لتجارة الإلكترونية من أية لمحت من المعلومات والتحرير ومن تكلفة الاتصالات من جهة ، ومن جهة أخرى زادت هذه لتقية من التوقيت ملائم للمعلومة Timeliness ودقتها كذلك.

7 لاستهداف لشخصي Personalization ، من مطلق أن التجارة الإلكترونية تمكن سوق المنتج من استهداف فئة معينة من لأفراد من خلال تعديل لإعلانات عبر الشبكة ، وذلك بتحديد معلومات الفرد المرغوب طلائه على منتج كتحديد العمر ، وحس ، وطبيعة عمله وأي أمور أخرى يراها السوق ضرورية

النوع التجارة الإلكترونية¹

هناك عدة أنواع من التجارة الإلكترونية ، والتي لا بد من التعرف عليها ، ومن أهمها

1. التعامل بين التاجر والمستهلك (Business-to-Consumer (B2C ، ويعد هذا النوع من التجارة الإلكترونية من أهم الأنواع والذي يحاول تاجر من خلاله الوصول للأفراد المستهلكين ، ويحتوي هذا النوع على عدة نماذج والتي سيتم التطرق إليها لاحقاً ، وذلك لأهميتها القصوى وترابطها الوثيق مع جوهر هذه الدراسة.
2. التعامل بين تاجر وتاجر آخر (Business-to-Business (B2B ، حيث يركز هذا النوع من التجارة الإلكترونية على بيع المنتجات من تاجر إلى تاجر آخر
3. التعامل بين مستهلك ومستهلك آخر (Consumer to Consumer (C2C ، حيث يساعد هذا النوع من التجارة الإلكترونية الأفراد بأن يبيعوا لبعضهم البعض ، وذلك من خلال المرددات التي تبنى في شبكة الانترنت
4. التعامل بين مستخدم ومستخدم آخر (Peer-to-Peer (P2P ، يعمل هذا النوع على تمكين مستخدمي الانترنت على تبادل المعلومات ، والاتصال فيما بينهم دون وجود وسطاء ، ومن ثم الاندفاع على أية صفقات تجارية تتم حسب الشروط المتفق عليها ، وقد أوجدت مرمج خاصة هذه النماذج والتي تمكن مستخدميها ، تجاريون كانوا أم غيرهم تبادل أطراف الحديث (Chatting) بصور كتابية وسمعية ومرئية
5. التجارة الإلكترونية عبر جهاز هاتف نقال (Mobile Commerce ، يعد هذا النوع من التجارة الإلكترونية من أحدث الأنواع ، حيث يتم بواسطة استخدام أجهزة هاتف نقال رقمية مصممة بشكل يمكنها من الاتصال بشبكة

¹ Kenneth C. Landon, Ibid., Page (13)

لانترنت من خلال مرود الخدمة و لوصول لأي موقع معين والاطلاع على
السلع المعروضة وإجراء عملية الشراء

بناء نموذج تجارة الكترونية على شبكة الانترنت¹

من المعروف بأن أية شركة ترغب في دخول هذا النوع من آليات التسويق
ولبيع ، لابد لها من تقييم الأمور بشكل مناسب ومن ثم اتخاذ القرار المناسب ،
وتعمل ذلك لابد لها من إنشاء ما يسمى نموذج أعمال Business Model وهو
عبارة عن تحديد مجموعة من المتطلبات المتعلقة بإنتاج أرباح مستهدفة في
السوق .

ولكن يمكن أي شركة من إنشاء ذلك لنموذج لابد من أخذ العناصر
والنماذج التالية بالحسبان

1 عرض قيمة Value Proposition . وهو معرفة الشركة بآلية تلبية رغبات
رئيسها ، وذلك من خلال الإجابة على عدة تساؤلات . ماذا يحصل
لمستهلك ، التعامل مع شركتك دون لشركات الأخرى؟ وما هي الأمور
التي يمكن أن ترودها شركتك لمستهلك ويحجز الآخرون عن تروييده بها

2 نموذج الإيرد Revenue Model . ويمكن نسبته كذلك لنموذج دخل
Financial Model وهو الذي يشرح كيفية تحقيق الشركة للعوائد ، وكيفية
تحقيق الربحية . وما هي الآليات التي من شأنها استغلال رأس المال المستثمر
بأفضل الطرق لتحقيق أفضل عوائد . ويمكن أن ينقسم هذا النموذج
هذه نماذج أخرى ، والتي من أهمها التالي

■ نموذج إعلان إيرادي Advertising Revenue Model . يوضح أو يبين هذا
النموذج . كيفية إنشاء موقع خاص بالشركة على شبكة الانترنت للإعلان

¹ Kenneth c. Landon & Carol Gericcio. Ibid. P (37)

عن منتجها مقابل رسوم معينة. وكيفية إدراج منتجها والإعلان عنه عبر المواقع، الأخرى المتعددة.

• نموذج شريك إيرادي Subscription Revenue Model ، وهي الآلية التي يجب أن تتبعها شركة لتوفير خدمات أخرى في موقعها والتي قد يرغب بها الجمهور مقابل مبالغ بسيطة وقد تكون مجانية أحياناً، مثل فتح بريد إلكتروني مجاني للمتعاملين معها أو توفير برامج مجانية لهم أو شراكات في مواقع ترفيهية مقابل رسوم ضئيلة ، والهدف من هذه الخدمة ، هو تشجيع المتعاملين معها على شراء منتجها ولدي مبيعاتهم هم الحصول على خدمات أخرى مجانية أو برسوم ضئيلة ، وكما كانت هذه الخدمات أكثر ، رغب المستهلكين شراء منتجها

• نموذج لبيع الإيرادي Sales Revenue Model ، وهو النموذج الرئيسي على موقع الشركة والذي يتخصص جميع التخصيلات الضرورية عن منتجات الشركة وأنوعها وأصنافها ، ويتخصص كذلك آلية طلب المنتج وآلية الدفع والشروط الأخرى المحددة مسبقاً من قبل الشركة وكما أن على ذلك موقع شركة Amazon.com التي تقوم على بيع الكتب بشكل رئيسي ، فهو دحنا إلى ذلك الموقع لوحدنا تفاصيل كافية عن جميع الكتب المتوفرة لديها وبتخصيلات عديدة

1 • سماسرة لعمليات Transaction Brokers ، يوجد موقع على لشبكة لمن يسمحون سماسرة العمليات ولديهم يخصص عملهم على الإعلان عن منتجات الغير مقابل عمولة محددة على لعمليات التي تتم من خلالها ، ومن الضروري جداً لشركة الإعلان عن منتجها عبر مواقعهم ، والسبب يكمن في أن موقع الشركة في الغالب يكون مجهولاً لمستخدمي شبكة الانترنت ، وحيث أن موقع السماسرة تكون في الغالب مواقع مشهورة جداً فيفضل الإعلان كذلك من خلال هذه المواقع

2 مشتمل الأسواق Market Creations ، وهم الذين يشؤون بيئة رقمية محددة عبر شبكات الانترنت تمكن ، إلغاء كل من ،بيع وشراء ، وهذه البيئة عبارة عن برامج بحث رقمية ، فعلى سبيل المثال لو رغب أحد مستخدمي الانترنت لبحث عن كتب محدد في محاسبة ، فيمكنه دخول أحد مواقع مشتمل الأسواق المعروفة ، مثل Yahoo.com ، وسيجد في ذلك الموقع منظمة بحث فاعلة كتب محاسبة Search ، يقوم بكتابة الاسم المراد لبحث عنه ، وفي حالنا هذه سيقوم بكتابة Accounting Book ، ويضغط على ألية لبحث وسيقوم الموقع خلال فترة قصيرة حد بفتح عدوين الشركات التي تمتلك كتب المحاسبة وما على المستخدم سوى الضغط على اسم الموقع بفتح أمامه ويرى ما بداخله

3 مرودو الخدمة Service Provider ، هناك مواقع مشهورة جدا تسمى مرودو الخدمة وهي باحتصار مواقع مشهورة ومعروفة لأغلب متعاملين الانترنت متخصصة ببيع معين من الخدمات أو بمعنى آخر مرتبطة بمرودي هذه الخدمات ، فعلى سبيل المثال لو كانت الشركة متخصصة بتصليح سيارات فمن مصطنعتها الاشتراك بموقع خدمة تصليح سيارات ، حيث سيذكر اسم الشركة في ذلك الموقع ، وذلك لأن المهتم بتصليح سيارته سيقصد الموقع العام لخدمة تصليح سيارات للاطلاع على الشركات المتخصصة بذلك المجال

علاقة التجارة الإلكترونية بعلم المحاسبة

إن جمع بيانات والجمعات المحاسبية وتدقيق حسابات المهنة بعلم محاسبة تولي لتجارة الإلكترونية اهتماما كبيرا جدا . من مطلق أن عملية البيع التي تتم من خلال موقع لشركة مرتبطة بشكل وثيق ومباشر بنظام المحاسبة المؤتمت . وقد أصبح حتميا على المحاسب والمحقق الإلمام بهذا العلم الجديد .
فقد ذكر (برت مرميلا Albert Marcetia) في مقاليه 'مقدمة بالتجارة الإلكترونية في مجلة تدقيق تكنولوجيا المعلومات' ،¹ لقد أحدثت التجارة الإلكترونية تغييرات كبيرة في علم التجارة العالمي وفي آلية العمليات التجارية مما جعل من الضروري أن يلم كل من المحاسب والمحقق بهذه التغييرات وأثره على مهنتهم وعلى الأعمال التي يقومون عليها وعلى ظروف بيئة لغاتوية المتعلقة بالمهنة²

من المهم هنا أن يذكر بأن لتجارة الإلكترونية وشبكة الانترنت نستطيع أن تساهم بالخصائص النوعية للمعلومات ، وذلك بتوفير خاصية للأمانة بشكل كبير ، وخصوصا بتوفير الخاصية الفرعية المتمثلة بالتوقيت المناسب ويمكننا أن نلاحظ أن النظام المحاسبي ، وبما يروده من معلومات خدمة أحد لأصحاب المصالح بشكل عام ، ومتحدي القرار بشكل خاص ، يصبح عديم الجدوى في حالة عدم توفر الثقة في تلك المعلومات . وبما أن نظام التجارة الإلكترونية والمربط بشبكة الانترنت مربوط بشكل مباشر بنظام المحاسبة المؤتمت وفي حالة حدوث خلل أو خرق لنظام المحاسبي من خلال شبكة الانترنت تصبح مخرجات النظام محاسبي مشكوكا بمصداقيتها وبالتالي ستفقد ثقة المستخدمين

¹ Albert Marcetia, Electronic Commerce Part I, IT Audit, Vol. I, September, 1998
Institute of internal auditors, <https://theia.org/>

وعما سبق نستطيع القول ، أننا إن أردنا أن نكون معلومات لنظام محاسبي ذات موثوقية عالية جدا ، فإنه لا بد من تحقيق أمرين مهمين الأول إيجاد آلية معينة لحماية النظام محاسبي من الاختراقات عبر الانترنت ، والثاني إيجاد آلية معينة تؤكد على سلامة آلية التجارة الإلكترونية وموقع تصفح الشركة في شبكة الانترنت

قد يبدو للوهلة الأولى أن ما يسمى إلة التحدث هو عبارة عن أمور تكنولوجية بحتة ، لكن في حقيقة الأمر ، هو عبارة عن إجراءات رقابية محاسبية ذات طابع تكنولوجي يتماشى مع تعيرات التكنولوجية العالمية والتي لا بد لعلم المحاسبة والتدقيق من مواكبتها

سيحاول الباحث تحقيق ثلاثة أمور رئيسية تساعد لنظام محاسبي المؤتمت للوصول إلى لدرجة 'أقرب للمثالية في تحقيق خصائص النوعية للمعلومات وبالتسلسل التالي :

1 الأمن Security ، وهو عبارة عن فتراح إجراءات تكنولوجية معينة تقع لأحريين من احتراق النظام محاسبي المؤتمت عبر موقع انشركة لإلكتروني هي شبكة الانترنت

2 التوكيد Assurance ، وهي عبارة عن لأليات وإجراءات الواجب اتباعها لتأمين الحصول على نوعية معلومات جيدة، وقد عرفها معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي AICPA على موقعه عبر الانترنت وبشكل يتماشى مع مهنة التدقيق على النحو التالي¹

خدمات التوكيد عبارة عن خدمات مهنية نحس من نوعية المعلومات أو مداخلاتها والمرغوبة من قبل متحذي القرار¹ .

¹ Assurance Services, The Opportunity that Exists for the Profession (AICPA Web Site) <https://aicpa.org/assurance>

الموثوقية Reliability ، وهي عبارة عن الإجراءات الواجب اتباعها لجعل المعلومات موثوقة بها من قبل أصحاب المصالح بشكل عام ومتحدي لقرار شكل خاص ، وقامهم بتجاعتها

لقد اهتمت كثير من الهيئات محاسبة العادية وكذالك بعض الجامعات العربية بموضوع التجارة الإلكترونية وجعلت آلية لسيطرة على العمليات المحاسبية التي تتم بواسطتها من لب ، اختصاص علم المحاسبة والتدقيق ، وعلى رأس تلك الهيئات ، معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي AICPA ، ولدي اقر خمسة مبادئ تدقيق لواقع التجاره الإلكترونية لشركات في مشروعه المشترك مع معهد المحاسبين لدنوبيين لكندي CICA ، ولدي سيتم التطرق إليه في الفصل القادم من هذه الدراسة .

وكذلك هنم معهد التدقيق الدخلي الأمريكي IIA نفس الموضوع ولدرجة أنه أنشأ مجلة دورية باسم مجلة تدقيق تكنولوجيا المعلومات ، واحد يؤهل متسبة من محاسبين ومدققين تأييت تدقيق انظم المحاسبة المؤتمنة والتي تتعامل بالتجارة الإلكترونية

ولقد ذكرت مجلة Business Week في عددها الصادر في 25 1 2001 تحت عنوان تشارك هيئت المحاسبة لعادية بأفضل الممارسات التي تساعد أصحاب الأعمال على إدرة مخاطر لتجارة الإلكترونية حيث ذكرت بأن معهد المحاسبين لدنوبيين الأمريكي وخمسة عشر معهد محاسبيا محليا من أوروبا وحبوب أمريكا وأسب قد اجتمعوا في سان فرانسيسكو بتظيم لمخاطر التي ظهرت نتيجة التعامل بالتجارة الإلكترونية وبالأخص خطر الاحترقات ولتعدي على الخصوصية . ولقد اوضح Van Anderson (نائب رئيس معهد المحاسبين لدنوبيين الأمريكي) بأن عوائد التجارة الإلكترونية يتوقع أن تنبع

¹ Global Accounting Profession Shares Best Practices to Help Businesses manage E-commerce Risk. Business week. Jan. 29, 2001 , <http://businessweek.com>

6.4 تريليون دولار مطع عام 2004 ، لكن هذا الرقم سيكون من الصعب تخفيفه بحيث مهمة تدقيق دجلة على لتعاملات الإلكترونية والتي من وحدت مستقصي على فجوة ثقة (Trust Gap) ، وستؤمن للتعاملين من لشركات بهذا النظام ، العالمي الجديد ثقة عالية جدا في تلك التعاملات .

وفي نهاية المطاف تم تصح "شركات و المهنيين بالاطلاع على آخر ما توصل إليه معهد المحاسبين لقانونيين الأمريكي من محرمات كميلة بمصر فجوة ثقة عبر موقعهم الخاني على الانترنت والمثل بالعنوان الإلكتروني www.aiepa.org/assurance/webtrust/print.php ، وعدد دخول الباحث هذا الموقع تمكن من الحصول على مشروع الأمريكي ، الكندي لمقترح ولدي سيتم تحليله في الفصل القادم من الدراسة ، ويستطيع الباحث القول أن الموضوع الذي تدور الدراسة حوله موضوع محاسبي بحث مستند، على جميع لدلائل السابقة

أثر التجارة الإلكترونية على كل من المحاسبة والتدقيق¹

لقد أوضح (لبرت مرسيلا Albert Marcella) في مقائه المعنونة "لتجارة إلكترونية في مجلة تدقيق تكنولوجيا المعلومات الآثار التي تركتها لتجارة إلكترونية على كل من مهمة محاسبة ومهمة لتدقيق ، حيث أن هذه لتكنولوجيا الحديثة أحدثت وتحدث تغيرات على كل من بعض الناحية

1. ممارسة المحاسب والمدقق
2. تقنيات المحاسب والمدقق
3. مهارات المحاسب والمدقق
4. معلومات المحاسب والمدقق
5. المعلومات الضرورية التي يجب أن يحيط بها كل من المحاسب والمدقق

¹ Albert Marcella - Indiana University Chapel

6. التراخيص والمحاسب والمدقق

7. نوعية الخدمات المقدمة من قبل المحاسب والمدقق

وانتفاضة لمهمة وإخدير ذكرها ، أن نظام لرقابة الداخلي تأثر وبشكل جوهري بوجود التجارة الإلكترونية ، حيث أصبحت الإجراءات لرقابة التنفيذية عديمة حدود ، وأصبح لابد من إجراءات رقابة تكنولوجيا تواكب التغيرات التكنولوجية المتصاعدة للتجارة الإلكترونية

وأصبحت عملية التوكيد على نظم لرقابة الداخلي في ظل التجارة الإلكترونية من أكثر ، بل وأصعب لتحديات التي تواجه كلا من المحاسب والمدقق

وكما هو معروف بأن كلا من مهنة التدقيق والمحاسبة تعمل ضمن بيئة أعمال معينة ، ويبررها سؤل مهم ومنتج ، ما هو دور كل من المحاسب والمدقق في حالة أن بيئة الأعمال تغيرت كلياً ؟

لتغيرت التي أحدثتها التجارة الإلكترونية في بيئة الأعمال

لقد أحدثت التجارة الإلكترونية تغيرات جوهريّة في بيئة الأعمال التي يعمل بها كل من المحاسب والمدقق ، ويمكن تلخيص هذه التغيرات بالشكل التالي:

هيكلية المنشأة Organization Structure

لقد أحدثت التجارة الإلكترونية تغيراً جذرياً على هيكلية المنشأة ، وجعلتها ذات طابع تكنولوجي بالكامل فمن المعروف بأن عمليات المنشأة كانت تتم بشكل تقليدي في لائق وعامل لوقت لم يكن ملحق كما هو الآن ، فعملية الشراء تتم ملحقات ، ولو كفة لسرعة التكملة لا بد أن تحوي هيكلية المنشأة الآليات التكميلية التي تمكنها من متابعة العملية والتأكد منها وتبنيها ، ولدي برهد لأمر صعبة ، تعقيدات العمليات التي تتم من خلال شبكة

الانترنت . وخصوصا في ظل الاختراقات الرهبة التي يمكن أن يقوم بها قراصنة الانترنت .

ولكن يترك كل من محاسب والمدقق هذه العمليات لسريعة ، لا بد لكل منهم أن يتعلم هذه التكنولوجيا بشكل عميق وإلا أصبح عديمي الخدوى

موقع الأعمال Location of the Business

تعد هذه النقطة من أهم وأخطر سميرت التي حدثت في ظل التجارة الإلكترونية ، فساد وبالنظام التقني كدت الأعمال تدور في أماكن وأسواق محددة . وفي حالة حدوث أي خطأ أو ورود أي مشكلة كان من السهل لإحاطة به وتذكرها . أما الآن وبواسطة التكنولوجيا العالية يستطيع أي شخص من أي مكان إنضم خرم الأكبر من الصعقة بضغطة سريعة على لوحة مفاتيح جهاز الكمبيوتر . وفي كثير من الأحيان تكون عملية نعمت لعملية والشخص اسمه المستحقة . وخصوصا إن لم نكتشف لمشكلة أو انشغال في لحظة انتهاء العملية . ومن الأمور التي تعني بها الشركات لشعامة بالتجارة الإلكترونية لاختراقات التي لا يتم اكتشافها إلا بعد حدوث الأضرار

قنوات التوزيع Distribution Channels

هي لسابق كانت قنوات توزيع منتج لشركة (بيع) محددة ومعروفة بشكل واضح وغير معقدة . يمكن الشركة من تحديد مصدر للعمية والتعامل معها بناء على ذلك ولكن وفي ظل التجارة الإلكترونية وتعدد أنواعها أصبحت قنوات التوزيع عديدة ومتشعبة ومعقدة ، وفي حالة حدوث أي خطأ قد يفضي وقت كبير قبل إمكانية تحديد قناة التوزيع التي حصل فيها الخطأ

تعدد أشكال وسائط البيع Forms & Means of Sales

وهذه تختلف نوعا ما عن قنوات التوزيع ، والمقصود هنا بأنه في السابق كدت وسائط البيع عبارة عن أشخاص مؤهين لذلك . ولكن الآن وبفضل التجارة الإلكترونية أصبحت وسائط البيع عبارة عن برامج حوسبة وبأشكال

متعددة ، منها الصوتية والمرئية وأنظمة كثيرة تقوم بعمليات لبيع لمبة على
برمجيات تم إعدادها مسبقا ، ولشككة تكس بأن جميع هذه البرمجيات لا تمتد
إلى الحس والدكاء البشري وقد يستطيع التعبير التلاعب بها

العلاقة مع الشركاء والزبائن Relationship with Partners & Customers

وهذه تعد من نقاط لمحة حد ، فهي الأسلوب التقليدي كانت العلاقة
مع لشركاء ولزبائن علاقة مباشرة ، ولكن لأن أصبحت العلاقة علاقة ذات
طابع تكنولوجي رقمي وفي أغلب الأحيان العلاقة لشخصية معدومة ،
وبالتالي العامل أشبه بشكل ذي طابع وهمي رغم أنه حقيقة واقعة ولكن هذه
الحقيقة قد يتم التلاعب بها بشكل لا يمكن تصوره

الاعتراف بالإيراد Revenue Recognition

قد تعد هذه من أكثر المشاكل التي تثار في المحاسب ، ويعتقد الباحث بأن
نظرية المحاسبة لم تأخذ بحسبان كيفية الاعتراف بالإيراد في ظل هذه الظروف
التكنولوجية المتغيرة فهي لسابق كن الاعتراف بالإيراد يتم وفقا لشروط محددة
، فتتحقق الإيراد يمكن الحزم به في كثير من الأحيان وكنت نقطة بيع مرتكر لا
يمكن تجاوزها إلا في بعض الحالات محددة ، ولكن الآن وفي ظل حيات الأعمال
وإمكانية حرق لشركة من قبل لمجرد جعل عملية تحقق للإيراد عملية مشكوك
فيها

ليس من السهولة البتة بهذا الموضوع ، وفي رأي الباحث إن استطاعنا
توفير الأساس للعمليات الإلكترونية ، استطاع المحاسب المختص تأكيد فاعلية
الأمان ، يمكن بعدها التحقق من الإيراد

وهذا يفود بالتالي إلى اقتراح شروط جديدة لا بد من توفرها للاعتراف
بالإيراد (الإلكتروني) ، إضافة للشروط المتعارف عليها والاقتراح هو ضرورة
توفر كل من :

• الأمان في العمليات

• تؤكد آلية الأمان

ولأهمية الموضوع سوف يتناول الباحث ومشكل مفصل في المحور الأخير في هذا الفصل تحت عنوان (لفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية)

آلية التسديد Payment Processes

في ظل لتجارة الإلكترونية ظهرت آلية تسديد جديدة لم تكن موجودة سابقا ، وهي التسديد عبر شبكة الانترنت قد يظن البعض أن هذه الآلية لا تختلف كثيرا عن آلية التسديد عبر شبكات لبطوك الإلكترونية ، ولكنها تختلف اختلافا حاديا ، ولطوك تستخدم شركات خاصة بها عبر نظم لاتصالات وهي شبكات محمية وغير متاحة للجمهور ، ولكن التسديد عبر شبكة الانترنت معروف بمخاطر كبيرة وعديدة وخصوصا عندما يتمكن فرصة الانترنت من استخدام حسابات لغير تسديد مشترياتهم وفي هذه الحالة يصحح من المستحيل إلقاء العمة ويكون الخسر لأول ولأخير كل من الشركة النافعة ولشخص الذي تم احتراق حسابيه من غير علمه

فقد تعدى الأمر صباع بطاقة اعتماد يمكن لتعميم عبيها وإيذفها ، إلى استخدام بطاقة اعتماد وحساب شخص بشكل لا يمكن الشعور به إلا بعد فوات الأوان

احتساب ودفع الضرائب Tax Accounting & Payment

وعود مرة أخرى لمشكلة الاعتراف بالدخل ، فضرورة المبيعات أصبحت مشكلة تفرق لشركات وخصوصا في ظل غياب الأمن على العمليات الإلكترونية ، فقد أصبح من الصعب على شركة إثبات ابتلاع بدخلها وخصوصا أن لعب الشركات لا تمر ولا تصحح من وجود تلاعب جود من فقدان زبائنهم ولديهم قد تتحمل تكاليف إصابية ، وعلى رأسها لخرائب المفروضة على مبيعات قد تكون غير موجودة أصلا

لكي يوكب كل من المحاسب والمدقق لتعبيرات الجوهرية في بيئة الأعمال الحديثة في ظل لتجارة الإلكترونية ، أصبح لزاما عليها الإلمام بالمعلومات والتقنيات الضرورية المصاحبة لهذا التقدم التكنولوجي نصصح ، ولكي يتمكن من تقييم جميع تعاملات التجارة الإلكترونية والسيطرة عليها أصبح لزاما عليها الإلمام بالمفاهيم الحديثة المتربطة معها ، والتي يمكن تلخيصها بالآتي:

- 1 مواقع الإلكترونية لرخصة Digital Electronic Signatures
- 2 اتصالات تبادل البيانات Data Exchange Protocols
- 3 تأمين لعمليات (إلكترونية) Secure Electronic Transactions
- 4 الترخيص الإلكتروني Electronic Licensing
- 5 أسية لتحتية المفاهيم الخصوصية والعمومية Public & Private Key Infrastructures
- 6 رموز المعطيات Token Transactions
- 7 البطاقات الذكية Smart Cards
- 8 نقد الإلكتروني Electronic Cash
- 9 نقطة البيع Point of Sale
- 10 أية أمور أخرى مستجدة

ويرى البعض¹ أن من أهم سمات 'بني أحدثها التجارة الإلكترونية ، هو ظهور نوع جديد من لاقتصاد الذي تم تسميته (بالاقتصاد الرقمي) إلى حوار ، لاقتصاد المعنى واقتصاد الخدمات

¹ رايري بلانسم ودلويانتي علي ، مرجع سابق، صفحة (358)

التجارة الإلكترونية وعلاقتها بمعايير المحاسبة ومعايير التدقيق

في أواخر عام 1997 نهت هيئات المحاسبة والتدقيق المختصة لأهمية التجارة الإلكترونية وتوقعت أن تولد الأعمال الإلكترونية دخلاً يتعدى لتريليون دولار في نهاية عام 2002 وأصبحت مهنة المحاسبة من المهن الرائدة في تطوير معايير للتجارة الإلكترونية ، وذلك لتمكين متسبها من توفير لتوكيدية التعامل بالتجارة الإلكترونية لسنة ، لأعمال التعامل بها¹

وقد انشأ كل من معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي و بالتعاون مع معهد ،عابويين لكندي خطة خاصة أركلت ،لها مهمة دراسة حاجة لسوق لخدمات توكيد لخدمات بالتجارة الإلكترونية ، وذلك كي تتمكن كل من مهنة المحاسبة ومهنة التدقيق من الاستجابة السريعة لتلك الحاجات

وقد تمكنت اللجنة فعلا من دراسة لسوق ، وخلصت إلى أن المستهلكين قنفي من التعامل ،لإلكتروني ، وحدث أن ،الأسئلة لرئيسه لني تصدر إلى أدهالهم درما هي .

- 1 هل الشركة لني أنعمل معها عبر شبكة لالانترنت ، هي فعلا لشركة المعنية أم لا ؟
- 2 هل في حالة أني وودت لشركة برفق بطاقة عتمادي أو رقم حسابي ، نعد عملية آمنة ؟
- 3 هل ،المعلومات الشخصية الخاصة بي لا يتم مداوها من قبل الغير في شبكة الانترنت ؟

¹ Appuraju Yogen, Accountants' Clap in to Build Trust in E-commerce Computing, Canada, Nov. 23, 1998, Vol. 24, Issue 44, Page 28, <https://ehoc.abmt.com>

4. هل سألتقي طليبي معه لدي 'عطسه عبر شبكة الانترنت' ؟
5. هل سيتم الإيفاء بالتسليم وبالموعد المحدد ؟
6. من لدي مكمل حصوبي عن قيمة الساعة المذكورة بموقع الشركة ؟

وانطلاقاً من الأسئلة السابقة استطاعت تلك الصفحة إنشاء مشروع ما
يسمى موثوقية الشبكة (Web Trust) ، ولدي سياقته الخاصة بالتمصيل في
المفصل القادم

مخاطر التجارة الإلكترونية

تتبع مخاطر التجارة الإلكترونية . وتشكل رئيسي من مخاطر شبكة الانترنت ، فكل تكنولوجيا حديثة ورغم إيجابياتها لكثيرة إلا أن سلبياتها كثيرة كذلك . وفي حالك هذه سلبياتها تعد خطيرة جدا ، وفي حالة عدم تمكن من تجنب نذات لسلبيات ولسيطرة عليها ، ستكون لتتائج عجيبة للأمال وقد يتم الإلحاح من هذه التكنولوجيا الحديثة وبالتالي تصيب أرباح وفوائد حمة

للاأسف إن مخاطر التجارة الإلكترونية كثيرة ومتعددة . وليس من السهل حصرها . فتكنولوجيا التجارة الإلكترونية تكنولوجيا سريعة التغير والتطور وكل تغير أو تطور يوكه مخاطر جديدة ، وبكس الخطر الرئيسي في التجارة الإلكترونية في إمكانية خرق الغير للمعلومات الخاصة لكل من المستهلك والتاجر

ويذكر توم 'ارنولد Tom Arnold والمختص بتعقب عمليات الاحراق عبر شبكة الانترنت¹ ، بأن عمليات الاحراق عبر التجارة الإلكترونية توقع لضرر الأكبر على التاجر أكثر من على المستهلك (مشتري) ، فتعويض حسارة لمشتري ممكنة وحصولها يسهل وبالعالم يستخدم طاقات الاعتماد للدفع وتكون حساره محددة بعملية واحدة . والتي قد يمكن تعقبها ، ولكن الحسارة الحقيقية تقع على التاجر (الشركات) حيث تتكبد لشركة الخسائر بمقدورها لايرد وت يبي يصعب تعويضها أو حتى تعقب المتلاعبين بأنظمتهم الحاسوبية ، وذلك نظر لتعقيدات لعمليات لكثيرة في التجارة الإلكترونية

¹ Steve Hill Safe Hands: Tom Arnold is the man corporates and even FBI call when they have a serious on-line fraud problem. Steve Hill talks to him about the risks of e-commerce, identity scans and what we can all do to protect ourselves. Internet Interview: Internet Magazine March 2002. <http://findarticles.com>

ويرى المختص (توم ربولد Tom Arnold) أن مخاطر التجارة الإلكترونية
تصنف ضمن نوعين رئيسيين وهما -

مخاطر يمكن اكتشافها ، والمقصود هنا بأن الشركة وبوجود خبراء مختصين
بديها قد تتمكن من اصطبار بعض 'الاحترافات' في أنظمتها والتعامل معها ،
ومن أشهر هذه الاحترافات :

- فيروسات لرقمية المعروفة ، بوجود نظام حماية مناسب ، يستطيع نظام
لشركة اصطبار هذه الفيروسات المعروفة له بشكل مسبق وتقصاء عليها
- قرصنة الانترنت هواة ، يعتمد قرصنة الانترنت في اختراقهم نظام
الشركة على معلومات ورموز دخول معينة ، وفي حالة وجود أكثر من
مستخدم لنظام الشركة قد يستطيع المبرمج تتبع عملية الدخول والحصول
من ذكره النظام على تلك المعلومات واستخدامها ، ولقد مررنا
لشركة تستخدم آلية تعبر تلك الرموز بشكل دوري ومسح الذاكرة المعنية
بواسطة خبراءها فستتمكن من تجنب الاحترافات

- مخاطر لا يمكن اكتشافها ، والمقصود هنا ، بأن بعض الاحترافات قد تتم
دون سائق يدانية بها ، إما خدشها أو جهل لشركة بها ، والدفع من
لأسيات التالية

- فيروسات غير معروفة رغم وجود أنظمة حماية من الفيروسات على
أنظمة الشركة ، إلا أنه هنالك فيروسات غير معروفة بعد للنظام قد تتمكن
من دخول نظام الشبكة وإحداث تلف كبير دون الشعور به إلا بعد فوات
الزمن ، كما حدث في عام 2000 عندما استطاع أحد الهواة اختراق
فيروس I Love you ، والذي تمكن من إتقان خسائر لم يمكن حصرها في
ذلك الوقت ، ولقد كان الفيروس يعمل كمسيلة موقوتة ، حيث يعمل في
تأجيل عدد بالنسبة ، وكان خلل الوحيد لتعددية بعد أن عرفت آلية عمله
إغلاق النظام بالكامل في ذلك التاريخ

• قرصة ترست دوي حبرة عالية . وهذه تعد من أكبر المشاكل التي تواجهها لشركات . قرصنة الانترنت يسوا دوما من افواه ، فبعضهم بمدك حبرة ومهارة يفوق كثيرا من المتخصصين ، فمكهم وفي كثير من الأحيان من حترق أنظمة لشركة دون أن يستشعر بهم . وقد تم جرمتهم دون اكتشافها

• تسارع لتكنولوجيا . قد يصعب في كثير من الأحيان موكية لتسارع لتكنولوجيا على شبكة الانترنت بشكل عام وعلى لشجده الإلكترونية بشكل خاص . مما يجعل اسكولوجيا التي نستخدمها لشركة قديمة حد ، والمشكلة تكمن بعدم معرفة التقادم في الوقت المناسب

ويذكر معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي على موقعه عبر الانترنت . أن بعض الدراسات أظهرت أن الخسائر التي تكبدتها لشركات الأمريكية في عام 1999 من اختراقات لبطاقات لاتصال فقط بلغت أربعمئة مليون دولار ورتفع أن ترمع سونيا إلى مبيع مئتين مليون دولار بحلول عام 2005¹ . ومن هذه حقيقة بوصف المعهد حاجة الملحة لإنشاء آلية حبرة على لشكة . مطلقا من مخاطر التجارة الإلكترونية ، والتي تعزى للأسباب التالية

1 هجمات لشجدة International Attacks ، والتي تتم إما بواسطة قرصنة لانتريت . أو مافسي لشركة تعرض لوصول إلى المعلومات السرية بلشركة كارقام بطاقات اعتماد ائتماني مثلا والمعلومات اسرية بالبراني وحجم المبيعات وأموال كثيرة قد يصعب حصرها . وحسب العاية تكون لوسية

2 خصوصية ليعمل Privacy Debate ، تعبر ليعملات الإلكترونية التي تتم بين الأفراد ولشركة ذات طبع معلوماتي مهم جدا . من مطلق أنها

¹ AIC PA: What are Web Trust Services and Why Should I Get Involved?

<https://aiepa.org/assurance/webtrust/what.htm>

تخبط على دكرة النظام لرقمية وهي معلومات قيمة جدا . وبالتالي إن تمكن أحد من معرفتها أو حتى تباعها مثل تسع رقم بطاقة اعتماد العميل ومن هنا سيشعر العميل بأن خصوصيته قد تم خرقها وبالتالي سيفقد الثقة بالشركة التي تعامل معها من مطلق أنها لم تتمكن من حماية خصوصيته

3 فقدان الثقة Loss of Trust . المقصود هنا فقدان ثقة الشركة بمعلومات عميلها . فمن المتعارف عليه بأن العميل يستخدم ما يسمى 'توقيع رقمي' Digital Signature الخاص به لدخول نظام الشركة لإتمام عملياته المرحوب فيها . فكيف هو حال إذا تمكن الشخص غير المصرح به بالدخول مستخدما توقيع العميل .

4 فشل عملية التحويل Transmission Failures . رغم أن عملية شراء إلكترونية تتم بسرعة كبيرة جدا . إلا أنها عرضة لخطر فشل عملية التحويل . فمن المتعارف عليه أن عملية شراء عبر التجارة الإلكترونية تتم بواسطة عدة خطوات . كان يبدأ المستهلك بملء النموذج لاشتراك لعملية شراء ومن ثم الانتقال للنموذج ملء بيانات بطاقة الاعتماد وخطوات أخرى قد تكون ضرورية وفقا لسياسات الشركة . وفي كل مرحلة نفتح صفحة جديدة عبر موقع الشركة ولأسباب تقنية أو أخرى قد تفشل إحدى الخطوات . وهذا من شأنه مشكلة جديدة وهي عدم التأكد من إتمام لعملية

5 غياب توثيق Lack of Authentication . ففي التجارة التقليدية يتم عادة توثيق بصفة بأوراق ثبوتية مروسة شعار الشركة وموقعة من قبل الشخص المناسب وبواسطة اتصال شخصي ومباشر بين البائع والمشتري . ولكن وفي التجارة الإلكترونية نعد جميع تلك الأمور شبه مفقودة بالكامل . وهذه الحقيقة تريد من حسانية التعامل مع الشخص غير المصرح

6 سرقة الهوية Theft of Identity . في غياب توثيق المناسب كما في التجارة التقليدية يصبح من السهل على المجرمين انتحال شخصية الغير ولعبم بالعمليات دون علمه .

7 تزوير الحقائق Window Dressing . مسكون خدمات بعض مسوقي ومرودي خدمات الحماية ، خدمات تجميلية مخط في عياب آلية معينة تؤكد مصداقيتهم ودعوية خدماتهم

8 آثار صغوط الاقتصاد Effects of Economic Pressures . مع نمو لتجارة الإلكترونية المتسارع . أصبح سوقها سوقا تنافسيا . وأصبحت قوة المنافسة الحقيقية تكمن في النجاح آليات الأمان والتوكيدية والموثوقية الخاصة بنظامه المحاسبي . وكل من يستطيع توفير تلك الآليات يكون نصيبه أكبر في هذا السوق التكنولوجي العالمي

أسباب صعوبة تعقب الاختراقات التي تتم عبر شبكة الانترنت

بعد نظام لتجاره الإلكترونية بيئة مثالية للسرقات وسلاسل وإحداث آثار خطيرة بشكل متفرع منقطع النظير . ويعود لسبب في ذلك للعوامل التالية

1 إمكانية لدخول من عدة أماكن ، فالمعامل عبر الانترنت لا يحتاج إلى مكان محدد لدخول لشكته . فأي شخص يمكنه الدخول إلى لشكته من أي مكان يتوفر به جهاز كمبيوتر وخط اتصال . كما هي الانترنت ومحركات الحاميات والمفاتيح

2 سرعة العملية . قد لا يحتاج الدخيل (المحترق) إلى أكثر من بضع دقائق لاختراق موقع معين وسلاسله ومعددة المواقع قبل أن يتم تعقبه

3 تباعد المسافات . قد يكون المحترق لموقع ما يبعد آلاف الكيلومترات وفي بعد آخر ، شبكة الانترنت صممت بشكل عالمي

4 عدم وجود هوية محددة . لا يمكن معرفة هوية المحترق ولا بأي شكل من الأشكال

5 عدم وجود قوانين دولية . فشبكة الانترنت شبكة عالمية ذات معايير موحدة بالاستخدام فقط ، ولو أننا افترضنا اكتشاف أحد للمحترقين بدولة معينة

لدولة شركة التي تم احتراقها ، فإنه ليس بالضرورة وجود قوانين موحدة للتعامل مع المحرق .

6 عدم وجود دلائل مادية . لأنات هي جريمة لا بد من توفر دلائل وقرائن مادية . ولكن أين هي هذه الدلائل في هذه لشبكة لمربية فقط ؟

7 إمكانية إتلاف بيانات جهاز الكمبيوتر . في حالة شعور أي مخترق بإمكانية تعقه يستطيع إتلاف بيانات جهازه بصحطة زر بسيطة . مما يجعل عملية تعقه هدامة الجدى

8 حماية الحسابات لسكية . هناك الكثير من الحسابات لسكية محمية من اطلاع لغير عليها . وياتي يستطيع المحرق استخدام هذا النوع من الحسابات دون الفلق من آلية تعقه

9 عدم الإطلاع من لاحتراقات . هناك الكثير من لشركات لا تمنع من لاحتراقات التي تعرضت لها أنظمتها . حود من فقدان عملاتها وتفصل تحمل خسائر كبيرة حوص من فقدان ثقة بها . وحير دليل على ذلك عملية لاحتراق التي تمت لسك لماندا في مطلع عام 2001 من قبل شخص مروسيا كمدته خسائر قدرت بعشرة ملايين دولار والتي لعدية هذه اللحظة ترفض الإقرار بها .

الحلول المقترحة للسيطرة على مخاطر التجارة الإلكترونية

لقد حاولت عدة جهات اقتراح الكثير من الخطوات لمواجهة مخاطر التجارة الإلكترونية . وقد كان معهد المحاسبين العدويين الأمريكي من أولى الجهات التي قدمت اقتراحات قيمة في الاجتماع الذي عقد في مدينة باريس في لأول من أغسطس لعام 2000 . ولدي صم هذه جهات محاسبية مهمة

متخصصة بهدف إيجاد حلول لمخاطر لتجارة إلكترونية التي يواجهها المستهلك. ويمكن تلخيص هذه المقترحات على الشكل التالي¹

1. توشي خدر بإعطاء المعلومات لشخصية ، وذلك بعدم إعطاء المعلومات لشخصية ، إلا للجهات ختوق بها ، ومعرفة أسباب حاجة تلك الجهات هذه المعلومات ، وتخصص المعلومات لشخصية بشكل أساسي كلاً من لعنوان البريدي وأرقام الهواتف والبريد الإلكتروني
2. استخدام برنامج أمن للدخول إلى شبكة الانترنت ، من المعروف أن كل جهاز كمبيوتر يحتوي على برنامج خاص للدخول إلى شبكة الانترنت ، وفي أعاب من هذه لرمج تحتوي على آليات معينة تحفظ في ذاكرة لجهاز جميع المعلومات التي تم تدوها في الشبكة من خلاله وفي كثير من الأحيان يستطيع المخترق وعبر الانترنت الدخول لذاكرة هذا البرنامج والحصول على جميع المعلومات الخاصة بالمستخدم ودون أن يستشعر بذلك ، وهذا يصح بشرط برنامج خاص يمنع بحماية عالية لمع المخترق من الدخول إلى ذاكرته
3. لتأكد من موقع التاجر على لشبكة ، يجب لتأكد من الموقع الخاص بالتاجر هو الموقع المقصود ، وذلك بالاطلاع على سياسات التاجر والتي تتضمن الموقع الأم والذي تم إنشاء موقع لتاجر من خلاله كما أنه يمكن معرفة موقع التاجر من خلال آلية التصفح الخاصة Inform Resource Locator (URL) ، من مطلق أن هذه الآلية تمكن من تتبع الموقع ومعرفة أسس إنشائه ، وفي حالة عدم التمكن من تتبعه فيكون الموقع في العيب موقعا مشكوكا به .

¹ AICPA 2005 Confidential Accounting Professor in the 2005 Explore Solutions to E-commerce Risks Group Recommends Top 10 Ways to Protect Online Privacy Businesswire Aug 1, 2006 - <http://businesswire.com>

4. استخدام بطاقات الدفع المصنوعة ، بفصل استخدام بطاقات دفع مصنوعة أو عممية . وللقصود بذلك أن يتم التعامل مع مصدري بطاقات الدفع عبر الانترنت ، ولذين يتمتعون بسياسات خاصة تحمي الشخص المتعامل من مسؤولية الاستخدام غير المرحص لبطاقته من قبل الغير
5. الحذر من تنزيل برامج عبر الانترنت غير موثوقة المصدر ، من المعروف أن مستخدم الانترنت وعبر تحوله بالشبكة ضمن مواقع متعددة يستطيع تنزيل برامج عممية على جهازه ، يتم استخدامها لأغراض كثيرة مثل برامج لعرض بصونية والمرئية وأغراض كثيرة يجب توحي الحذر لشديد عند تنزيل تلك البرامج وخصوصا من المواقع المشكوك بأمريها ، لأنها قد تكون مبرمجة بألية معينة ، تقوم على تجميع كل الأمور الخاصة بك والموجودة على جهازك ونزحمتها لفجأة لمشقة للبرامج وذلك دون شعورك بذلك
6. الحذر من إعطاء أرقامك السرية ، ويشمل هذا التحذير كل أرقامك السرية وبشئى اشكافها وأنواعها وخصوصا لأرقام الخاصة بدخولك للشبكة عبر مرور الخدمة كما يصبح كدنت وعد يشاء أرقامك السرية أن تتعد عن الأمور التقليدية بيشاء الرقم ، كأن تستخدم اسمك أو رقم هاتفك ، ويفضل أن تحمل رقمك لسري معقد، بوعا ما ونصته مجموعة من الأرقام والأحرف والرموز ، وكلما كان رقمك اسري معقد ، كان اكتشافه صعبا فمن المعروف أن قرصة الانترنت استطاعوا وبشكل مذهل إنشاء برامج تكنولوجية ، والتي تعمل بنظام الاحتمالات ، تستطيع حل شفرة الأرقام لسرية وبسرعة حالية ، ولكنها قد تعجز عن ذلك ، فكما كان رقم معقد التكوين ومنصفاً برموز وأرقام وأحرف كانت مقدرة تلك البرامج على فك تشفيره صعبة جدا
7. الاحتفاظ بسج من العمليات ، وهذه تعد من الأمور المهمة والتي تساهم في اكتشاف السرقات ومعاذي استمرارها وللقصود بأن تحتفظ دوماً بسجعة من عممية لشراء التي قمت بها (كمستهدك) عبر شبكة الانترنت ،

وكذلك بالاستمرار بعمل تسويات لشراء مع مصدر بطاقة الدفع
والمقصود هنا أمران مهمان جدا وهما -

- الاحتفاظ بسحبة من طلب الشراء ورقم نظلية . وهذا يساعدك على
الاتصال مع التاجر لحل شكائيات عدة . كموعد التسليم ومطابقة النظلية
، وبالتالي تجنب لأحري من الاستخدامات غير المرغوب فيها
- لاستمرار تسوية حسابات الدفع . ويحصل أن تكون مطابقتك لحسابات
الدفع عبر الانترنت تسوية ذات طابع رسمي قصير . وذلك لاكتشاف
لاحتراقات بوقت سريع ويهدف آلية الدفع عند الضرورة . لكي لا
يستطيع المخترق الاستمرار باستخدام بطاقتك

1 راقب استخدام الموقع للمحددات Cookies . والمحددات Cookies هي
 عبارة عن رموز رقمية تساعدك بدخول الموقع دون إعادة كتابة رقمك
 لسري . وهذه ما يتم إدخالها إلى جهازك من قبل الموقع دون طلب لإذن
 منك بدخلك ، وآلية عمل هذه المحددات بأنه وعند دخول الموقع مرة أخرى ،
 يقوم الموقع بالاتصال بتلك المحددات والموجود على جهازك ومطابقتها
 برقمك لسري ومن ثم السماح له بالدخول دون طلب الرقم لسري
 وفي أغلب يستطيع قراصنة الانترنت تسخير هذه المحددات Cookies على
جهازك عندما تكون على شبكة . ولذلك يفضل برمجة جهازك على طلب
إذن منك قبل أن يتزل الموقع تلك المحددات عليه

2 عدم السماح للأطفال باستخدام لشبكة دون إشراف ، تؤكد بأنك تشرف
على أفعالك عندما يستخدمون الانترنت ، خصوصا أنهم يستطيعون
إعطاء جميع المعلومات الشخصية عن حسن بنة ، والتي تكون كقيلة يمكن
لغير من اختراق جهازك وبكل سهولة

3 استخدم المواقع المرحصة ، والمقصود بالموقع المرحصة ، تلك المواقع التي تم
تفيسها وبأهلها من قبل طرف ثالث مؤهل بأمر الحماية . حيث أن ذلك

لنوع من المواقع يكون مهوراً شائع إلكتروني خاص من طرف ثالث مهني متخصص ، كمعهد المحاسبين القانونيين الأمريكي

من ملاحظ أن أمور لحماية عشرة سابقة والتي يصح باتباعها من قبل معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي ، هي أمور حماية خاصة بالمستهلك ، وليس بذلك أن اتاحر يستطيع توفير آليات حماية عديدة والتي قد تكون باعثة لثمن ، ولكن المستهلك لا يستطيع ذلك ، وبإمكانه يعتبر المستهلك حكر الأساس في التعامل الإلكتروني ، وفي حالة هذه الثقة هذا النوع من التعامل ستكون التكنولوجيا هذه هدفة الجدوى

وكفطرة اقتصادية ناجحة ، فإن توفير الخدمات والنصائح المجانية للمستهلك متشجعه على التعامل عبر التجارة الإلكترونية ، وبالتالي تأمين إيرادات حيوية لكل من تاجر والمؤسسات المهنية الخاصة ولو أمعا النظر بالافترج لعشر مستخدم موقع مرخصة ، مسجد اليوم بأن لكثير من هيئات مهنية لمحاسبة وعلى رأسها معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي ، تمارس خدمة جديدة تسمى موثوقة موقع الشبكة لصكوتية عبر الإنترنت Web Trust ، وهذه الخدمة كفيلة بتوفير إيرادات حيوية معتمدة على إيرادات التحريم عبر التجارة الإلكترونية ، والحدود الثاني بوضع مبيع للإيرادات عبر التجارة الإلكترونية بعدم 1997 بالولايات المتحدة الأمريكية

| إيرادات الخدمات | | إيرادات لبيع | |
|-----------------|--------------------|----------------|---------|
| 85 مليون دولار | الذهب | 46 مليون دولار | الألبسة |
| 120 مليون دولار | شركات | 19 مليون دولار | هدايا |
| 52 مليون دولار | خدمات بائعين حش | 16 مليون دولار | كتب |

¹ زابري بلقاسم ودلوياني علي ، مرجع سابق، صفحة (366)

| | | | |
|------------|-----------------|---------------|-----------------|
| مواد حديثة | 39 مليون دولار | موسيقى | 9 ملايين دولار |
| سبغ أخرى | 37 مليون دولار | خدمات حربية | 68 مليون دولار |
| | | خدمات تأمين | 39 مليون دولار |
| مجموع سبغ | 156 مليون دولار | مجموع الخدمات | 373 مليون دولار |

ومن الملاحظ وبعد أن نهت معاهد محاسبية المهنة لأهمية لتجارة الإلكترونية ، قامت بالبحث على إيجاد آليات ومعايير محاسبية خاصة لحماية لتعاملات عبر الانترنت بواسطة التجارة الإلكترونية ، ووجود هذه الآليات والمعايير مكنت لشركات بشكل أو بآخر من كسب ثقة لمستهلك بالتعامل معها عبر هذه الآلية التكنولوجية الحديثة . وبعض (حصائيات عكست هذه الثقة المتولدة بمساعدة الهيئات المحاسبية المهنة

لقد أشارت دراسة التي أجرتها شركة Forrester Research Cambridge بأنها تتوقع بأن حجم مبيعات عبر الانترنت في لولايات المتحدة الأمريكية وحدها سوف يصل إلى 269 مليار دولار بحلول عام 2005 ، وهذه زيادة هائلة إذا ما قورنت مع حجم مبيعات عام 2000 والذي بلغ 44.8 مليار دولار وتشير لشركة صاحبة الدراسة أن التوقعات في زيادة مبيعات نشره والبيع من قبل بعض الصناعات الأمريكية بين عامي 2000 و 2005 ستكون على الشكل التالي.

لزيادات في لتعامل عبر الانترنت في بعض الصناعات الأمريكية (مليار دولار)

¹ د.عمر محسن الدبي وأحمد شاكر المصكري تحديث تجارة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية . المؤتمر العلمي السنوي الثاني لتكنولوجيا المعلومات ودورها في تنمية الاقتصاد كية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، جامعة الزينونة 6-8 أيلول 2002 ، صفحة رقم 186

| لصناعة | عام 2000 | توقعات عام 2005 |
|---------------------|----------|-----------------|
| لخدماتية والمشتريات | 35 | 863 |
| لخدمات الصناعية | 20 | 565 |
| الحاسوب والاتصالات | 90 | 1028 |
| ليارات وقطع لغير | 21 | 660 |
| لإشاعات والمقارنات | 19 | 528 |

ويستطيع الباحث القول بأن، نتيجة اتبي ولدتها لخدمات، الحاسبة لخدمة المتخصصة بالتجارة الإلكترونية حملت إيرادات شركات ترتفع بشكل حاد، عبر التعامل من خلال التجارة الإلكترونية، ولم يكن من الممكن أن تحقق الشركات تلك الإيرادات لخدمة دون جهود تلك الجهات الحاسبة لخدمة لقد أصبح هذا السوق الجديد، ورغم خطره لخدمة، سوق العصر وسوق العولمة ولتدافع لتقطع الطريق، عندما بأن آليات التعامل لخدمة مختلف كليا، من حدديا عن آليات التعامل للخدمة بالسوق التقليدي

الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية

من سبق يستطيع ملاحظة الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية، وخصوصا عندما نطرقنا لبيئة العمل في كل منهما

ومن وجهة نظر حاسبة لخدمة من حمية السع والشراء تعد جوهر الاختلاف فيما بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية، والإجراءات الرقابية لخدمة في كل من لستين مختلفة تماما، والاختلاف الرئيسي يمكن حصره بالقول إن التجارة لتفديده ذات طابع توثيقي، بينما التجارة الإلكترونية ذات طابع غير توثيقي (وهي)، رغم حقيقة عدم العملية

ويمكن معرفة الفرق بشكل أعمق . بعمل مقارنة بسيطة بين دوره .سج ل

كل من التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية . وبالشكل التالي¹

| مرحلة دورة المبيعات | التجارة التقليدية | تجارة الإلكترونية |
|------------------------------|-------------------|-------------------|
| البحث عن معلومات منتج | مجلات وممثل تجاري | صفحة Web |
| طلب منتج | رسالة أو وثيقة | بريد إلكتروني |
| التأكيد على الطلبية | رسالة أو وثيقة | بريد إلكتروني |
| مراقبة السعر | كتالوج مطبوع | كتالوج على Web |
| التأكد من توفر السلعة | هاتف أو فاكس | لا يوجد |
| تسليم الطلبية | وثيقة مطبوعة | بريد إلكتروني |
| بحث الطلبية | فاكس أو بريد | بريد إلكتروني |
| التأكد من توفر سلعة بائع آخر | وثيقة مطبوعة | قاعدة بيانات |
| تخطيط التسليم | وثيقة مطبوعة | قاعدة بيانات |
| تعميم التكلفة | وثيقة مطبوعة | قاعدة بيانات |
| تسليم السلعة | المورد | |
| تأكيد تسليم | وثيقة مطبوعة | بريد إلكتروني |
| بحث التكلفة | بريد هادي | بريد إلكتروني |
| مدة لدعم | وثيقة مطبوعة | قاعدة بيانات |
| بحث نسوية لمادة | بريد هادي | قاعدة بيانات |

¹ داهري بنعاسم ودلويشي علي . مرجع سابق صفحة > ١٦٦

يلاحظ من جدول المقارنة السابق ، بأن لمعادرة الإلكترونيّة تفقد عامل التوثيق في أغلب المراحل ، وغياب التوثيق له دور سلبى جد على آلية الاعتراف بالإيراد وحصوله أن أغلب العميات ذات طابع غير ملموس ويعتقد الباحث بأن غياب التوثيق وترافقه مع مخاطر التحاير الإلكترونيّة له أثر مباشر على أساس أو قاعدة العميات ، ويسهم بمشكلة جديدة متعلقة بعملية تحقق الإيراد والاعتراف به

فتحت صورا لاعتراض الإيراد وتحققه ، أوصلت لجنة المحاسبة الأمريكية عدم 1964 بأنه يمكن تحسين مفهوم التحقق إذ طبقت لمقييس لتالية¹

1. يجب أن يكون الإيراد قابلا للقياس
 2. يجب أن يدعم صحة التحقق قياس نتيجة حدوث عملة تدلّ مع أطراف حرجية
 3. يجب حدوث الحدث المحسم وهو بأن الإيراد يجب أن يتحقق عند إتمام معظم العمل أو المهمة في عملية لاكتساب ويتيح عن هذا الاعتبار لاعتراض الإيراد في أوقات مختلفة لمطامات لأعمال مختلفة
- أن استعمال مفهوم أو معيار التحقق عادة ما يتيح عند الاعتراف بالإيراد عند نقطة البيع ، ومع ذلك ، فإن توقيت الاعتراف قد يكون مبكرا أو يتم تأخيرها حسب طبيعة العملية ونظير لدرجات التأكيد المحتملة فعندما يكون هناك درجة عالية من التأكيد مرتبطة مع تحقق الإيراد ، فإن الاعتراف بالإيراد قد يسبق نقطة البيع ، وعلى العكس من ذلك ، كلما كانت درجة عدم التأكيد عالية بالنسبة لارتباطها بتحقيق الإيراد ، رد الاتجاه بصورة أكثر لتأخير الاعتراف بالإيراد²

¹ Richard G. Schroeder, Myrie W. Clark & Jack M. Lisher, Accounting Theory and Analysis, 7th Edition, John Wiley & Sons, Inc. 2001 Page (72)

² Richard G. Schroeder Ibid., P (72)

من ، الجدير بالذكر ، أن معايير المحاسبة وصفت أسساً لمعالجة عملية الاعتراف بالإيراد في ظل ظروف عديدة ، ولكن ضمن التجارة لتعبدية الموثقة ، ولكنها لم تصنع أسساً خاصة لمعالجة الاعتراف بالإيراد في ظل لتجارة الإلكترونية غير الموثقة.

تحت ظروف خاصة للاعتراف بالإيراد ، ذكر المعيار المحاسبي الأمريكي رقم 48 ١١٦١٠٠ ١٢ تحت عنوان الاعتراف بالإيراد عند وجود حق رد السلعة أن على البائع الاعتراف بالإيراد عند نقطة البيع عندما يوجد حق لرد فقط حين تلبى الشروط التالية

1. أن يكون سعر البيع محددًا أو ثابتًا بتاريخ البيع
 2. أن يكون المشتري قد دفع أو ملتزمًا بالدفع للبائع
 3. أن يتحمل المشتري مخاطر خسارة نتيجة لسرقة أو تلف لصناعة
 4. أن يكون الجوهر الاقتصادي للمشتري بعيد كل بعد عن الجوهر الاقتصادي للبائع
 5. أن لا يكون للبائع لزمات رئيسية بلاداء المستقبل بالسية لإعادة بيع السلعة
 6. إمكانية التخليص المعقول للمردودات المستقبلية.
- وفي حالة عدم تلبية هذه الشروط ، يتوجب تأجيل الاعتراف في أول نقطة يكون بعدها قد انتهى حق الإرجاع
- وقد ذكرت لجنة الأوراق المالية الأمريكية ١٢١ رقم ١٠١ ١١٦١٠٠ ١٢ بأنه لا يجوز الاعتراف بالإيراد إلا إذا تحفز أو هناك إمكانية لتحقيقه . وتم كتسابه وفق للمعايير التالية²

¹ Ibid., P (74)

² Richard G. Schroeder Ibid., P (75)

- 1 وجود دلائل مقنعة بالإثبات
- 2 تحديد سعر البيع من قبل البائع للمشتري
- 3 تم تسليم البضاعة أو تمت تأدية الخدمة .
4. عملية التحصيل مؤمنة بشكل معقول

ويستطيع الباحث القول بأن (إيرد) تتولد عبر قنوات لتجارة الإلكترونية . لا يتماشى مع بعض من شروط الاعتراف بالإيرد والمغير الأمريكي رقم 48 وخمس الشرط رقم (2) أن يكون لمشتري قد دفع أو منتم ما يدفع للبائع يجعل الاعتراف بالإيرد عند نقطة البيع مستحيلا ، والسبب أن عملية الدفع ضمن آلية

لتجارة الإلكترونية . آلية معروفة بالمخاطر وقد تكون يد ما تم التلاعب بها عملية وهمية ويقال لها خروج حقيقي للصانع من عند التاجر لو أردت استخدام الاعتراف بالإيرد عند وصول النقد بدون نقطة البيع لما أمكن ذلك والسبب بأن النقد وفي حالة التلاعب لم يصل . ولا بد أن نتذكر أن التلاعب لم ينجم عن إدارة الشركة بل عن جهة خارجية غير معروفة

وبالنسبة للشرط رقم (٦) وفي بعض المعيار أن يتحمل المشتري مخاطر الخسائر نتيجة لسرقة أو تلف البضاعة . وفي حالة التلاعب ، فمن هو المشتري؟ لا أحد يعرف والمتحمل الأول والأخير لهذه الخسارة هو الشركة البائعة ، وهذا يتبادر للذهن ، ما هي الآلية المناسبة للاعتراف إذن؟

ولو نظرنا بشرة الأوراق المالية رقم 101 والمستندة على معايير لمحاسبة الأمريكية ، لوحدنا أن كلا من المعيار رقم (1) وجود دلائل مقنعة بالآليات والمعيار رقم (4) عملية التحصيل مؤمنة بشكل معقول . معقود بشكل شبه كامل في الإيرادات المتولدة من خلال التجارة الإلكترونية

وفي حل هذه مخاوف الحبيدة يرعب لباحث في اقترح آلية جديدة أو نقطة جديدة للاعتراف بالإيراد المتولد من خلال التعامل بالتجارة الإلكترونية .
ولتي يرعب تسميتها (لاعتراف بإيراد التجارة الإلكترونية عند نقطة تحقق أمان عمليات النظام E-commerce Revenue Recognized as System Transactions (are Secured

يتضمن هذا الاقتراح . أن يتم الاعتراف بالإيراد المتولد عبر التجارة الإلكترونية عند نقطة البيع ، إذا ما توفرت شروط إحصائية تساعد على تحقيق الشرط رقم (2) أن يكون مشتري قد دفع أو منترما يادفع للدفع في المعيار رقم 48 ، وبالشكل التالي:

1 الأمان في العمليات Transaction Security

2 تركيد آلية الأمان Assuring Security Process

وكل شرط يجب أن يصابه عدد من لآليات ومحددات . وبالشكل التالي:

الأمان في العمليات Transaction Security . ويقصد به بأنه يجب على الشركة تطوير نظام ربط بين نظام الشركة المحاسبي وموقعها على الانترنت يصمم صفة الأمان على عمليات البيع لتي تتم من خلاله ، متضمنا سياسات يتم برمجتها (سيتم اقتراحه في الفصل الخامس من هذه الدراسة) تؤمن كلا من

1 الأمان

2 التوكيدية

3 الوثوقية

تركيد آلية الأمان Assuring Security Process . حيث يتم ذلك بواسطة اعتماد إحدى الجهات المحاسبية المتخصصة . بتدقيق نظام الشركة الخاص و لتي يربط بين نظام لشركة المحاسبي وموقعها على الانترنت . كطرف ثالث محايد .

ولدي يستطيع التأكيد على سلامة وصحة لإجراءات والسياسات لشعة في ذلك النظام

وأخير وليس آخر . وفي حالة تمكينا من الاعتراف بالإيراد المتولد من خلال التعامل بالتجارة الإلكترونية متمكن لشركة من تقدير نسبة الاحتيال عبر التجارة الإلكترونية (F-commerce Frauds are Reasonably Estimable) ومن ثم التمكن من إنشاء محصنات معمة . نقابل الخسائر المتوقعة مستقبليا ، ولتي سيتمكن توقعها بسهولة ، في ظل توفر لشروط السابقة

ويمكن نقول بأن التجارة الإلكترونية ، وكما أحدثت من تعبيرات كثيرة على عالم الأعمال والاقتصاد ، أحدثت ومستحدث تعبيرات أكثر وأكثر على عالم المحاسبة وعالم التدقيق

ففي السابق كانت تعبيرات التي تحدث في ظل التجارة التقليدية ، تعبيرات ذات طابع بسيط وبطيء . وكان يسهل على كل من مهنة الأعمال ومهنة المحاسبة مواكبتها ، ولكن الآن ، وفي ظل اتجارة الإلكترونية وما يرافقها من تقنيات تكنولوجيا عامة ومتغيرة بشكل متسارع أصبحت تعبيرات في التجارة الإلكترونية ذات طابع معقد جدا وسريع . وأصبح محتوما على مهنة الأعمال ومهنة المحاسبة وفي عالم ككل أن تحدث وتطور من تقنياتها وتقييمها بسرعة ممتدة ، كي لا يفوتها المركب التكنولوجي المتجدد

التجارة الالكترونية من منظور اسلامي

لتي تعتبر احد مبررات ثورة التكنولوجيا ومن أدوات العولمة، وتدور
لتجارة الالكترونية في شكل مسط حول أسلوب تمام الصفقات التجارية عن
بعد من خلال الاتصال عبر المباشر بين طرفي الصفقة بواسطة الانترنت، وهو
أسلوب بدأ يتزايد استخدامه في التجارة المحلية والدولية مصاحبا بتطورات
تكنولوجية متلاحقة وسريعة في كمية تنميته وبشأه، ومن المعروف أن لتجارة
شكل عام تحتاج إلى بيئة قانونية ملائمة من أجل حفظ الحقوق والمستلزمات
الخاصة وسحب نحو تحقيق الكفاءة الاقتصادية والتقدم الاقتصادي، ونظر لأن
جزء كبير من التجارة الالكترونية يتم دوليا، فإن المنظمات الحكومية وغير
الحكومية لوطنية وكذا المنظمات الدولية مثل منظمة التجارة العالمية تبذل جهودا
مستمرة من أجل إيجاد صيغة وقانونية للتجارة الالكترونية، نظر لأن
القوانين القائمة وتشريعات الخاصة بالصفقات التجارية وأسلوب تنظيمها
ليست ملائمة للتجارة الالكترونية، هذا فضلا على أن كون لتجارة الالكترونية
مبادئ وتريدت في الدول المتقدمة والتي تستأثر بالدرجات الخاصة بوضع نظم
وتشريعات الخاصة بها، جعل مشاركة الدول النامية تكاد لا تذكر في هذا المجال
والتي إن لم تستدرك الأمر مشتركة تبعتها بدول متقدمة وربما تؤثر هذه
التشريعات على يتتها الثقافية

هذا، ولما كان الإسلام قد جاء بنظم وأحكام بحرية للمعاملات المالية
خاصة البيع وما يرتبط به، وأنه يجب على المسلمين اتبع ذلك في معاملاتهم،
لذلك كان عند هذه الخلفية لتي نحول فيها أن مقدم ما جاء به الإسلام من
أحكام وتوجيهات يمكن أن تساهم في إيجاد بيئة قانونية وتنظيمية للتجارة
الالكترونية من أجل أن يلتزم بها المسلمون في تعاملهم بهذه الوسيلة ومن أجل
توفير المعلومات التي يمكن لفجتها لمشورة أن تستخدمها للمشاركة مع

لمطامح عالمية في وضع التشريعات والنظم هذا لأسلوب ترشيده والحد من مشكلاته وتعظيم الاستفادة من

التعريف بالتجارة الالكترونية

إذا كانت التجارة الالكترونية تدور حول عدد لصفحات لتجارية عن بعد بواسطة الوسائل التكنولوجية فإنه يمكن أن يدخل فيها لتعقد من خلال الانترنت ولعكس ولتعميق. ولكن نظر لانتشار واستخدام الانترنت بصورة أكثر ولأنه توجد بها إمكانية لتسليم الخدمات الإلكترونية، فإنه إذا خلقت التجارة الالكترونية بقصد بها التجارة على الانترنت وبوساطة⁽¹⁾، ومن أجل ذلك سوف سدا هذا القسم من الورقة لتعرف على الانترنت ثم نتناول لتعرف على التجارة الالكترونية. وذلك في الفقرات التالية

أولاً، التعريف بالانترنت، وتناول كيفية ما يلي:

أ- ما هو الانترنت؟

إن الاحاطة على ذلك تقتضي العودة إلى البداية وهي إعداد وزارة لدفاع الأمريكية في السبعينات للسلسلة من الوصلات بين الحاسبات الالكترونية الخاصة بها نقل المعلومات بأمان وسريته، (هي شبكة موحدة سميت أريدت ARPANET) ثم نقل الأمر إلى الأكاديميين الذين رأوا استخدام هذا أسلوب لتصلهم ببعضهم من خلال الحاسبات لتبادل الأفكار والابحاث، وباتت العلم الأولى للانترنت هو وجود اتصال بين مجموعة من الحاسبات الالكترونية (كمبيوتر) من خلال شبكة اتصال متعددة يطلق عليها Network أي وسيط لنقل المعلومات، إلى أن مر حوالى عشرين سنة وتطور استخدام هذه الشبكات على نطاق واسع وأصبحت هناك شبكات محلية متصلة بشبكات في دول أخرى

(1) التجارة على الانترنت تأليف بوب مورنولد وكاثي سميت، ترجمة مركز التعريب والتبرمج - المديرية العامة للعلوم - بيروت 1997

ويطلق على جميع الشبكة لعانية (لانتريت) بشارك فيها ملايين البشر من خلال حوسبتهم بواسطة خطوط التليفون أو لقمر الصاعى أو ليكرودويىء، وأصبح الأمر لا يقتصر على مجرد شبكة محدودة أو محلية ولقي تعتمد على المعلومات لتوفرة على الترامج الموجودة في الأجهزة المختصة بالشبكة

ونخرج من ذلك إلى أن الانترنت اصطلاح يطلق على شبكة المعلومات لعانية التي بشارك فيها المنظمات والمنظمات الحكومية وعبر الحكومية والأفراد الذين قررنا السماح للأحرى بالانصل بحواسبتهم ومشاركتهم للمعلومات وفي المقابل لذلك إمكن استعمال معلومات الأحرى مع العلم أنه لا يوجد مثل حصرى للانترنت، وأقرب ما يوصف بة هيئة الحكمة للانترنت هو لعدد من المنظمات عبر حدوده للربح مثل جمعية الانترنت، والعريق هندسى المساند للانترنت¹.

ب- وظيفة الانترنت، توجد ثلاث وظائف للانترنت هي.

1 الاتصال أو البريد الإلكتروني e mail، ولدى من خلاله يمكن إرسال لرسائل إلى أى شخص في العالم من خلال شبكة لانتريت، مادام له عنوان مسجل في إحدى هيئات لتزويد بةخدمة لانتريت، وكذا استلام الرسائل من الأحرى، هذا مع مراعاة أن البريد الإلكتروني لا يقتصر فقط على كتابة رسالة على حاسب، ولكن يمكن أن يتم الاتصال بالحادثة كما يمكن أن يتم الاتصال من خلال المناقشات مع مجموعة من الناس أو ما يسمى لدرشة عن بعد وكذا لاجتماعات بين مجموعة من الأفراد وهم في أماكن متباعدة، وتوضح الاحصاءات أن نسبة استعمال لريد الإلكتروني تمثل 85٪ من اجمالى حركة مرور المعلومات عبر الانترنت

(¹) المرجع السابق ص 9 10 وإياها الانترنت طريق للمعلومات السريع أ د محمد بهس طبع وأخرى، دكتا للنشر 1996 ص 17-18.

2. جمع المعلومات تتوفر على الانترنت مجموعة كبيرة من المعلومات تعطى مواضيع متعددة بأشكال مختلفة مثل محتويات المكتبات العامة ومعلومات عن السلع والأسواق وشركات والاحصاءات الرسمية، والملوحات الفنية وبرمج الكمبيوتر، والأنشطة العلمية وكل ما نود معرفته في شتى المجالات، وهذه المعلومات قد تتوافر متكاملة وبما يمكن نقل مبيعاتها محتمًا، كما قد تكون في صورة عناوين، ومقصودها قد يظهر لث لفترة قصيرة ثم يختفي، هذا مع مراعاة أنه يمكن الوصول إلى المعلومات التي يريد لأحرار المشتركين في الانترنت عرضها

3. التسويق أو التجارة حيث يمكن تسويق أي شيء على الانترنت من لسلع والخدمات المالية وغير المالية وهو يمثل عملية اتجاره الالكترونية

وتتعدد المجالات التي تدخل في نطاق الخدمات السابقة فيما يطلق عليها موارد شبكة الانترنت وتوجد قوائم لهذه الموارد¹ تشمل المجالات والمؤسسات التي تقدمها في صورة شبكات يمكن من خلال الاشتراك بها الحصول على الخدمات المتوفرة لديها حيث توجد عدة شبكات لكل من الشؤون المالية وشركات الحاسبات الكبرى والصغرى والمؤسسات والشركات الكبرى وحصاءات الأعمال والمعلومات المتعلقة بالأعمال الخاصة، ثم محلات الذهب والتسليّة والرياضة والموسيقى، والأحداث المعاصرة، ولقطاع الحكومي ودليل لدليل ثم قانون والتعليم والمتاحف وولايات والمدن والسياحة، وكل مؤسسة لها موقع وإعلان على الانترنت.

جـ- كيف يمكن الاشتراك في الانترنت واستخدامه؟

1. كيفية الاشتراك في الانترنت يوجد وسيلتين رئيسيتين للوصول إلى الانترنت هما

(1) الانترنت طريق المعلومات السريع - مرجع سابق - ملاحق الكتاب

لوسيلة الأولى لاتصال لكامل أو لاتصال مباشر على شبكة الانترنت العالمية وهي ورن كست الأمصل إلا أنها مكلفة حيث تحتاج إلى دائرة تكنولوجيا المعلومات ووصلة كاملة (خط) بالانترنت وحاسب مقلم server ومسير Router، وحذر ماري Firewall وبعد بدأ الانترنت في مصر عام 1993م من خلال موقعين هما اتصال مباشر، هما الخمس لأعلى للجامعات، والموقع الثاني هو مركز معلومات مجلس الوزراء بالاشتراك مع مركز خدمة وتكنولوجيا المعلومات، ويمثلان الشبكة المصرية محلية للانترنت، ولا يمكن لأي جهة الدخول لمصر على الشبكة العالمية إلا بموافقة مركز معلومات مجلس الوزراء، ولأن توجد شركات تجارية عديدة للانترنت يمكن لاشتراك من خلالها في الشبكة العالمية

لوسيلة ثانية لوصول هاتفي أو غير المباشر على الانترنت، وذلك من خلال إحدى الجهات التي لها اتصال كامل ومباشر على الشبكة العالمية، وهنا يحتاج الأمر إلى التالي:

- حاسب (كمبيوتر شخصي)
- خط تليفوني
- مودم بمواصفات خاصة
- برنامج خاص بالوصول إلى الانترنت Internet Access
- اشتراك أو حساب لدى إحدى المؤسسات التي لها اتصال كامل بالشبكة العالمية وهو عبارة عن مبلغ دوري (كل شهر أو كل سنة)، أو عن طريق تكررت المدفوع مقدماً بعدد من ساعات الاتصال

ومعد ذلك يمكن لث إنشاء صندوق بريد إلكتروني ويعطى صوتا معيب
يتكون من ثلاث مقاطع هي:

| للمجال | اسم الشركة | اسم المستخدم |
|--------|---|--------------|
| 2 | مستخدم الانترنت بعد ان تحصل بشبكة الانترنت يمكنك استخدام | |
| | لانترنت من خلال حاسبك لشخصي إما بالتعشيش في قواعد بيانات | |
| | (يستخدم Internet) أو بعض الخدمات من حاسب إلى آخر (بروونوكول نقل | |
| | للملفات FTP) أو استعمال شبكة الويب العالمية (World wide web | |
| | (WWW) أو أدوات التعشيش، أو خريطة الانترنت | |

هذا هو الانترنت أداة التجارة الالكترونية، فكيف يتم هذه التجارة من

حالاته؟

لأنها، التجارة الالكترونية: (أو لتجارة من خلال الانترنت)

أ- مفهوم وأهمية التجارة الالكترونية:

من المعروف أن السوق بمعناه الاقتصادي المعاصر لم تعد تقتصر على
لطاق المبرمى لذي يلتقى فيه البائعون والمشترون، وإنما هي تعبر عن مختلف
الاجراءات والطرق التي يتم بها اتصال البائعين والمشتريين وتتميز بصفات
التجارة فيما بينهم، وفي إطار هذا المعنى فإن لتجارة الالكترونية هي لأساليب
والاجراءات التي تتم من خلال الانترنت للاتصال بين البائعين والمشتريين وتتميز
الصفات التجارية مع بعضهم

وإذا كانت العمليات التجارية تقوم على العرض من جانب البائعين
ولطلب من جانب المشتريين، فإن ذلك يتم من خلال الانترنت عن طريق
استخدام اشركات تجارية موقعا هي، الانترنت وعرض منتجاتها وكل ما
يتعلق بها فيما يعرف بالتسويق عبر الانترنت والذي بدأه شركات عديدة في
العالم خاصة منذ قيام شبكة الويب العالمية (WWW) التي سهلت على لشركات

تأليف وعرض مواد إعلانية ولديعية. ومن جانب آخر فإنه من خلال شبكة الويب أمكن للمستهلكين التوجه إلى موقع محدد للبحث عن السلع والخدمات التي يرغبون الحصول عليها وذلك باستخدام المدوس على الكمبيوتر الشخصي أو المحمول. وطبقاً لخطوات معينة من السهل التعرف عليها ويمكن للعميل التعرف على كل خصائص السلعة أو الخدمة من خلال استعراض البيانات الخاصة بها أو رؤية صورها على شاشة الكمبيوتر ثم يصدر أمر ببدء عملية البيع حيث يظهر أمامه على الشاشة قائمة يدون بها بعض المعلومات التعريفية به، وهذا يظهر قائمة أو فاتورة البيع والشحن وباستخدام وسائل الدفع الإلكتروني بواسطة الانترنت فإنه يتم المصادقة على تسليم السلعة أو الخدمة.

وسنذكر الآن شبكة إنترنت وإن كنت حديثة نشأة إلا أنها حققت قفزة هائلة حيث يقدر عدد مستخدمي إنترنت أكثر من 300 مليون مستخدم منهم حوالي 100 مليون في الولايات المتحدة وهذا العدد يزيد بمقدار مليون مستخدم كل شهر ويتوقع أن يصل عدد المستخدمين للإنترنت عام 2003 إلى أكثر من مليار مستخدم وخاصة بعد ظهور شبكة المعلومات الفائقة السرعة (سوبر إنترنت Super Internet) ويصل حجم التجارة التي تتم بواسطة الإنترنت حالياً حوالي 50 مليار دولار. وإذا كانت التجارة الإلكترونية تجد رواجاً في الدول المتقدمة عربها مارلت في بداياتها في الدول النامية، فعلى سبيل المثال فإن مصر دخلت عصر الإنترنت عام 1993 بموقعين هما المجلس الأعلى للجامعات ومركز معلومات مجلس الوزراء من خلال خط اتصال مباشر مع فرنسا أولاً، ثم تم إضافة خط اتصال مباشر آخر من مركز معلومات مجلس الوزراء إلى أمريكا، كما سمح لشركات الشبكات بالدخول المباشر ووجد عدد منها، وبأساسي يمكن لأي شخص أو جهة مدلاً من الدخول المباشر الذي يحتاج إلى تكلفة عالية أن يشترك في الإنترنت من خلال جهات التي لديها اتصال مباشر

ب- مجالات وأنواع الصفقات الالكترونية التي تتم من خلال الانترنت.

لقد سبق القول إن الانترنت يقوم بعمليات ثلاث هي ليريد،
الالكتروني. وجميع المعلومات، ثم التسويق وأنه يذية لكي يتمكن المستخدم من
الحصول على هذه الخدمات فهو يدفع تكاليف الاشتراك والانصال (وهي
رهيبة). ثم بعد ذلك يمكن الاستعانة من الخدمات لخرية على حد الاشتراك
وهي كل من ليريد لالكتروني وجميع المعلومات المتاحة دون أن يدفع مقابلها
كل مرة سوى تكلفة الاتصال لتيعمومي باعتبارها مكالمات محلية رغم أنها تتم
عالميا

ومن هذا لمرص يمكن القول إنه توجد أنواع من الصفقات يمكن
استخدامها لشجرة الالكترونية في مجالات متعددة بوصفها فيما يلي¹

1- أنواع الصفقات:

إد كانت التجارة لالكترونية تساعد على تمام الصفقات دون حاجة
لانتقال الطرفين والتقاءهما في مكان معين، فمن هذه لعلاقة بين الطرفين تتم في
صورة صفقات معينة هي:

- تقديم والحصول على خدمات الانترنت معها والشركة التي تسوق
خدمات الانترنت عن طريق توصيل لأخرين بشبكة المعلومات العالمية
تبيع هذه الخدمة لمرعين في الحصول عليها مقابل شراك معين (وهو
زهد في العادة)
- لتعقد وتسليم لالكتروني. وذلك في حالة لخدمات مثل لاستشارات
لمالية والقانونية والطبية

(1) د. السيد عطية عبد الواسع - بحث غير منشور - 1999 ص 11-12 .

- استخدام الإنترنت كقناة توزيع يتم من خلالها تسويق السلع بالإعلان عنها ثم تلقى طلبات الشراء والتعاقد بين الطرفين على أن يتم تسليم للسلع المادية بطريقة مباشرة وفي شكل غير الكتروني
- ومن أهم تطبيقات الإنترنت المقارنة بين لأسعار الخاصة بكل سلعة ومصدرها بحيث يستطيع المشتري الحصول على أحسن سعر لسلع وفصل لأسعار والشروط

2- مجالات التجارة الالكترونية:

وتنطبق هذه الأنوع من الصفات على مجمل لتجارة الالكترونية يمكن التمييز بين نوعين رئيسيين منها هما:

المجال الأول التجارة في الخدمات وهي لمافع غير الملموسة التي يجري التعاقد عليها من خلال الإنترنت ويمكن تمييزها بحسب كيفية إتمام الصفقة بين الأنواع التالية.

لنوع الأول وهي الخدمات التي يتم التعاقد عليها وتنفذ إجراءات تسليم الخدمة وتسليم ثمنها عنها إلكترونياً من خلال الإنترنت، منها خدمات مصرفية مثل التحويلات للأموال والدفع الإلكتروني، والخدمات المالية المتعلقة باستثمار وإدارة الأموال مثل تبادل المادي للنفذ، والاستثمار في الأوراق المالية ثم الخدمات المتخصصة مثل الاستشارات الطبية والهندسية، وخدمات لتعليم، والخدمات المحاسبية، وخدمات برامج الكمبيوتر

لنوع الثاني الخدمات التي يتم التعاقد عليها على الإنترنت، ولكنها لا تسلم إلكترونياً مثل حجر نذكر لسعر وحجر تصادق وإن كان دفع ثمنها يتم إلكترونياً

لحال، الثاني، التجارة في السلع وهذه يتم لتعاقد عليها من خلال الإنترنت ويتم دفع الثمن أيضا إلكترونيا. ولكن تسليم السلعة يتم من خلال شحن السلع للعميل عن طريق البريد الدولي السريع لتصله فيما بعد، وهذه تشمل جميع أنواع السلع خاصة الاستهلاكية وغيرها مثل الكتب والملابس والزهور والأدوية والعروضات والأجهزة الكهربائية لمربية وغير لمربية
جد- أسلوب وإجراءات التنفيذ في التجارة الإلكترونية.

إن خطوات العمل في التجارة الإلكترونية تبدأ بعد اختيار مستخدم الإنترنت للسلعة أو الخدمة حسب بيانات المتوفرة عنها على شاشة الحاسب وذلك بعد المقارنة مع السلع المماثلة وتتمثل في كل من التعاقد ودفع الثمن وتسليم السلعة أو الخدمة ويتم ذلك من خلال الأساليب والإجراءات التالية

1 بالأسبب لتعاقد فهو يتم إلكترونيا بتسجيل المستخدم أو المشتري بياناته على الكمبيوتر الشخصي وفق قائمة تتضمن معلومات أساسية عنه وعن السلعة أو الخدمة المتوفرة والمطلوبة ثم وضع بيانات بطاقة الائتمان الخاصة به، وإدخال هذه البيانات والتي تمثل الإيجاز في العقد ترسل إلكترونيا من خلال شبكة إلى البائع، ثم تظهر أمام المستخدم على شاشة حاسبه قائمة ببيع وبدأ في تنفيذ الخدمة المطلوبة إلكترونيا، أو يظهر له مستند شحنها على الشاشة فيقوم بطبعه على الطابعة المختصة بحاسبه كمستند لتسلم لبضاعة عند ورودها إليه

2 بالأسبب يدفع الثمن تتم عملية دفع الثمن في التجارة الإلكترونية من خلال الإنترنت دونها وذلك بأسلوبين هما

الأسلوب الأول مستخدم بطاقات الائتمان (مير أو ماستركارد أو غيرها من بطاقات الائتمان) حيث يدخل المستخدم المشتري بيانات بطاقته الائتمانية للحاسب وترسل إلى البائع الذي يتأكد من سلامة البطاقة وكفاية

وحيداً بالاتصال إلكترونياً ثالث المصدر ما أيا كان موقعه، وبعد تسليم الخدمة أو إرسال فاتورة لبيع ترسل منها صورة إلى بنك البائع الذي يتولى تحصيل القيمة وتعليقها على حسابه لديه¹. ومن جدير بالإشارة إلى أنه تعمل عدة شركات محلية على تطوير نظم الدفع الإلكتروني بواسطة الإنترنت وباستخدام بطاقات الائتمان منها شركة مايكروسوفت التي تعمل مع شركة فيرا لصناعة نظام آس بلدفع بواسطة بطاقات الائتمان المصرفية، وعرض منتجات أمة لوبائن شركة نت سكيب Netscape Commerce Server يسمى لوضع رقم بطاقة الائتمان المصرفية في الحاسب

أسلوب بشي وهو دفع بالعود أو لعملة إلكترونية ويطلق عليها each cyber cash جوتتم الحصول عليها وتخزينها على الحاسب الشخصي (كحسابه) وعند الشراء يتم تحويلها إلكترونياً من حاسبك إلى البائع. وهذا نظام وإن كان بدأ استخدامه بالفعل إلا أنه مازال في مراحده الأولى بينما يتشتر استخدام بطاقات الائتمان المصرفية بصورة أكثر شيوعاً، ومن الجهود التي تذكر في مجال إصدار لعملة الإلكترونية ما تقوم به شركة سينكورت (e-corp) هي صناعة نظام نقدي إلكتروني على شكل عود إلكترونية يمكن للمصارف إصداره، كما يعمل بنك ماشوبال وستيمستر، وبنك ميد لايدر في بريطانيا على تحميل اعداد الإلكتروني في بطاقات ائتمان خاصة تستعمل عند أطراف البيع

تسليم لخدمة أو الخدمة كما سبق لقول إنه توجد خدمات تسلم إلكترونياً في صورة معلومات تظهر على شاشة أمام المشتري، وهناك خدمات لابد أن ينتقل المشتري لاستلامها مثل خدمة النقل، أخرى

(1) للحصول أكثر حول كمية العمل ببطاقات الائتمان يرجى الإطلاع على الإطار الشرعي والحاسبي لبطاقات الائتمان د. محمد عبد الحليم عمر - مبارك للبشر والخروج القاهرة 1998

والخدمات المصرفية، إذ بعد أن يتعاقد ويدفع ثمن إلكترونيا يذهب للحصول على الخدمة بالسفر أو الميث

هذا يميز نظم التجارة الإلكترونية بصفتها وبجالاته وأساليبه وإجراءاته بحيث أن الحكم على «شئ لابد أن يستند إلى ما يحققه من فوائد ومضاعف تمثل مزاياها، وما يكتسبه من مشكلات، لذلك سوف نهي الكلام عن التجارة الإلكترونية بيان فوائده ومشكلاتها في لفقرة تالية قبل أن تناول الجواب الشرعية لها في القسم الثاني من هذه الورقة

د- مزايا ومشكلات التجارة الإلكترونية.

يمكن تلخيص مزايا التجارة الإلكترونية في أنها تتيح الدخول إلى الأسواق الدولية بأسلوب سهل وبسيط ودون تكاليف كبيرة، كما تتيح عرض العرض والإعلان عن سلعة وخدمة، ومن ناحية المستهلك فإن هذا النظام يوفر له الحصول على ما يحتاجه من السلع والخدمات الجديدة من أي مكان في العالم ويقارن بينها ليختار لأست له وكل ذلك يصب في تيسر وزيادة التجارة الدولية وتحقيق ما تقصيه العونة من دفع الجواجر في التجارة الدولية

غير أنه لخدمة هذا النظام وسرعة تطوره واعتماده على تكنولوجيا معقدة ومتقدمة ومتطورة لا يستطيع الكثير من الناس فهم أسرارها ومناعتها، لذلك فإن نظم التجارة الإلكترونية يطوى على مشكلات عدة من أهمها ما يلي

أ مشكلات مرتبطة بسيادة الوطنية للدولة والحفاظ على القيم والممتلكات ومن أهمها عدم قدرة الدولة على مع المواد غير الأخلاقية في صورة أعلام وصور، والسلع غير المناسبة دينيا واجتماعيا وأيضاً المشاكل المتعلقة بالضرائب خاصة ضريبة الاستهلاك والرسوم الجمركية، ثم عدم قدرتها على السيطرة على المعاملات البنكية التي تتم من خلال التحويلات، وكذا عدم إمكانية

حماية للكلية الفكرية لكي تظل خدمات يمكن تسليمها إلكترونياً مثل حقوق النشر للمؤلفات والتصميمات وأحياناً من عمليات الدفع إلكترونياً تساعد على جريمة خييل الأموال دولياً

2 مشكلات تؤثر على المشتري مثل لعش والاحتيايل والمعلومات لمصلحة عن السلع والخدمات وكذا مشكلة حق الرجوع في البصفة خاصة في حالة تسليم الخدمات إلكترونياً إلى جانب مشكلة لسطو على المشور إلكترونياً، وبطانات لا تمان الخاصة به من خلال لدخلاء

3 مشكلات تؤثر على البائع والمشتري معاً، مثل ما يقوم به قراصنة الإنترنت بنشر الفيروسات التي تدمر وتعير المعلومات المتبادلة (جرائم البصفقات والتلاعب في المعلومات بما يضر لشركة الباعة، ثم إن لتطور المتلاحق في تكنولوجيا الإنترنت يرهق كلاهما مادياً ومالياً

4 مشكلات قانونية وأهمها عدم وجود إطار تشريعي مناسب لهذا لظام من لتجارة، وكذا مشكلة توثيق العمليات لتجارية من خلال لتوثيقات والعقود

الجوانب الشرعية للتجارة الإلكترونية

هذا القسم هو المقصود بمقد حلة المناقشة ولذلك لن نتوسع فيه وإنما سيجول سرد العاط الأساسية لما يتصل بالتجارة الإلكترونية في الشريعة الإسلامية وطرح ذلك على لسانه العلماء لتوضيح الجوانب لمصيلة للموضوع وسوف يتم تسجيل مداخلت ثم تحريرها وطبعها مع ورقة لعمل هذه فيما بعد.

وفي تصور أن تناول الموضوع من منظور إسلامي يمكن تحديده في لعقود التالية

• أولاً لتجارة الإلكترونية في ميراث العام لشريعة الإسلامية

- ثانياً ،التجارة الالكترونية في ميران لقواعد الشرعية العامة للمعاملات المالية
- ثالثاً لتجارة الالكترونية في ميران نظرية العقد في شريعة الإسلامية

أولاً: التجارة الالكترونية في الميزان العام لشريعة الإسلامية :

من المعلوم أن مقصود لشريعة الإسلامية هو تحقيق لمصالح لقي تقوم على جلب لمصالح ودرء المفاسد وأن لشارع 'حكيم في شريعته للأحكام لعملية المتعلقة بالمعاملات ،فتنصر على وضع 'أسس عامة التي لا تختلف باختلاف لزمان ولمكان وترك لتفصيلات لتي تختلف باختلاف لبيوت ليكون لانس في سعة بالاجتهاد فيها في ضوء 'أسس الشرعية العامة بما يؤدي إلى تحقيق المصالح ولا يحالف نصاً دينياً من قرآن وسنة

وفي ضوء هذا التصور والذي يجمع عليه الفقهاء وعلماء لأصول. فإن لإسلام لا يجمع من لاستعادة دالانترنت في لتجاره طالما يتم التعاقد في إطار لقواعد الشرعية العامة، أم ما ينطوي عليه هذا لأسلوب من مشكلات فوه نبدن جهود عديدة لتلافيها من لاجية نصية ويمكن لاستعادة من أحكام الشريعة الإسلامية في تلامى هذه ،لمشكلات خاصة التي تتعلق بحماية للمعاملين من انحراف وعدم الصدق في المعاملات وحماية لنظام العام للمجتمع فإلإسلام أحكام صديدة وتوجيهات رشيدة حول تحريم هذه الممارسات ووسائل مواجهتها ونظر لعدم وضع إطار قانوني لتجارة الالكترونية حتى الآن. ولأن اتفاقية المدت أوردت 47 مستثناء من أحكامها يمكن لدولة أن تتحدها في تجارتها 'دولية حماية للأهداف ،الأخلاقية والصحية والنسبية والدينية، فإن هذا يتيح لأي دولة موقعه على الاتفاقية من تبنى إجراءات معينة في ضوء هذه لاستثناءات لحماية قيمها العامة، لذلك فوه يمكن وعنى مستوى لدول لإسلامية الحد ما تراء لحماية لقيم الدينية في ضوء أحكام لشريعة

الإسلامة ومنع عدم لأساليب معينة متاحة وما تنتجها التطورات التكنولوجية
مستقبلاً لحماية مواقع الإنترنت بها من الممارسات المندفعة للشريعة الإسلامية
فإنها، التجارة الإلكترونية في ميزان القواعد الشرعية العامة للمعاملات المالية

إطلاقاً من مقصود الشريعة الإسلامية في تحقيق المصالح بحجب المانع
ودفع المفسد، وبما تفرغ من ورد عن المعاملات المالية في الدراسات الفقهية يمكن
القول بأن القواعد الشرعية العامة للمعاملات المدنية تمثل في لآني
أ - الفروع المتصلة بحجب المانع (القواعد الإيجابية) وهي:

1 تحقيق المنفعة لطرفي المعاملة، وعلى ذلك فما لا منفعة فيه حساً أو شرعاً
لا يجوز أن يكون محلاً للمعاملات، مثل 'سلع والخدمات المحرمة شرعاً
ومثالها في التجارة الإلكترونية (وعبرها) الخمر والتخريب وكذا المنتجات
التي تدخل فيها، ثم الإعلام والصور والكتب التي تحتوي على مواد غير
أخلاقية، وللأسف من هذه المواد متاحة على الإنترنت ويتم تسليم
بعضها إلكترونياً، ولعليل لوجيد لتلافيها هو الحدس لآني Eric Wald
وهو حسب موقعه بين الإنترنت من جانب ولشبكة المحنة من جانب
آخر ويحصل كأداة لأمعاد الدخلاء والمتطمين ومع مواد التي المحرمها
لشريعة، وقد كان هذا النظام يمكن في مصر في ظل وجود موقعين
رئيسيين بالإنترنت بالمجلس الأعلى للجامعات ومركز معلومات مجلس
لوزراء، أما بعد أن تم التصريح بشركات التحاوية للأنترنت بالانصال
لبشر بالشبكة العالمية، فإن وصول هذه المواد أصبح متاحاً مما يتطلب
معه ضرورة إلام هذه الشركات بوجود حدس لآني لديها ورقابة على
ذلك

2 لآني من بمعنى توفر القصد والإرادة والاحتشار لكامل طرفي المعاملة
على قدم المساواة للقيام بالمعاملة من عدمه، ويمكن القول إنه في التجارة

الالكترونية يتحقق هذا لترخيص حيث لا يوجد لأي طرف من المتعاملين أية سلطة لإجبار الآخر على إجراء المعاملة

3 المعلومات بمعنى ضرورة توفر المعلومات الصادقة عن محل المعاملة لكلا الطرفين لكي يتخذ قرره بالقيام بالمعاملة وهو على علم بتأثيرها ونتائجها، ويمكن القول إن التجارة الالكترونية توفر المعلومات الكاملة من السلعة والشمس، غير أن مسألة الصدق في هذه المعلومات تنحصر له لتجارة العادية من احتمال بث معلومات غير صادقة من جانب التجار أو العملاء كما أن عرض السلع إلكترونياً على شاشة الكمبيوتر أقل في المعلومات من وجودها في شكل مادي محسوس، ولكن يخفف من ذلك أنه في حالة اكتشاف أي موانع محافة السلعة مادياً عن ما تم بثه على الإنترنت يقوم المستخدم ببث ذلك على الإنترنت فيتعرف عليه الجميع ولا يتعاملون مع من قدم المعلومات المصنعة

4 لعدالة بين طرفي المعاملة مبنية في توازن المنفعة وللعائد من المعاملة وهو أمر يتحقق في التجارة الالكترونية الذي يتخذ كل طرف قراره بحرية تامة وبما يحقق مصلحته بشكل يكافئ بين المنفعة وللعائد بالنسبة له

ب- القواعد المتصلة ببدء المعاملة (قواعد صلبية يجب الامتناع عنها) وهي:

1 مع الحرر ويصحب به الجهد الذي ترتبط بالعقد بحيث يكون مجهول العقد، أو كل ما من شأنه أن يجعل العقد لا يدرى أن يحصل على مقصوده من المعاملة أولاً

و التجارة الالكترونية لا تنطوي على حرر حيث أنه إذا كان محل المعاملة خدمات نسيم إلكترونياً فإن العملية تتم في نفس المحس مدفع الشئ بموجب بطاقة لاتصال، ويتم الحصول على الخدمة على شاشة الكمبيوتر

وإن كانت سلعة منتزعة بناء على المواصفات الظاهرة على الكمبيوتر فإنه في العادة يتم توصيلها للمشتري في وقت قليل بعد التعاقد

2 2 مع اعظم الذي يقع على أحد المتعاقدين بعدم حصوله على حقه مع لوفاء باثباته أو حصوله على أقل مما تعاقد عليه صفة أو كمية. وفي لتجارة الالكترونية يسر أن يحدث ذلك، وإن حدث فهو كما يحدث في التجارة العادية. غير أن الأمر الحدير بالذكر ها أنه توجد مشكلة حق الرجوع على الساع بعد تسلّم حق ناقصاً وهو ما يجب العمل على حل هذه المشكلة

3 3- مع الضرر ويعنى به النهي ولامتناع عن كل معاملة يحصل فيها ضرر عن أحد المتعاقدين (لضرر الخاص) مثل الضرر الساع عن معاملات الربوية، أو يقع فيها ضرر على المجتمع (الضرر العام) مثل معاملات التي تطوى عن إصرار بالمفيدة أو قيم المجتمع وأمه ونماسكه كالأعلام والصور غير الأخلاقية وبيع المحررات بأنواعها والكتب لادحية التي لمس العقيدة الإسلامية. وللأسف كما سبق القول من حد متاع على الأنترنت الذي يعتبر إحدى أدوات العولمة لنقل الثقافات وانتشارها

وأخيراً من كل ما يؤدي إلى المارعة وبورث لكره والخقد لدى المتعاملين فهو مجموع شرعاً.

وفي ضوء هذه القواعد ونظيراتها على التجارة الالكترونية يمكن لسيادة العلماء في الخلفة التفرير بمدى موافقتها أو مخالفتها للشرعة، غير أن الأمر الحدير بالذكر ها هو أنه إن كانت توجد مخدعات في التجارة الالكترونية لبعض القواعد لشرعية، فهي مخدعة في الممارسات والتي يمكن أن تحدث في لتجارة لعدية ويمكن لعمل على تلافيها بالأساليب لعية وقانونية فهذه المخامعات ليست من طبيعة الأنترنت دنها ولكن من الممارسة

ثالثاً: التجارة الإلكترونية في ميدان نظرية العقود الإسلامية:

إن نظرية لعقود الإسلامية تطوى على الصوطل الأساسية التي يتم بها إبرام العقد وتعيده. وهذه الصوطل تتصل بأركان العقد وما يتصل به وفي تطبيقها على التجارة الإلكترونية نجد ما يلي:

أ - بالنسبة لأركان العقد وهي:

الركن الأول الصيغة، وهي التعبير عن إرادة العاقدتين في انمام العقد وتكون من الأيجاب الذي يصدر أولاً ثم لقبول الذي يصدر من الطرف لثاني ثانياً، والصيغة ضرورية في التعاقد لأن الأصل في التجارة الرضا بقوله تعالى (بأية، أليس «نور» لا نأكلوا، أمواتكم بينكم بالباطل إلا أن تكون تجارة عن شيء منكم) والرضا أمر دطس نفسي فلا بد من وجود شيء ظاهر يدل عليه وذلك يكون بأي تعبير يدل على الرضا وهو الصيغة التي يشترط عيها لتوفيق بين الإرادتين، والاتصال، وإدلالة والواضحة على لإرادته وحقيقة العقد

وفي تطبيق ذلك على التجارة الإلكترونية نجد ما يلي:

- أن للصيغة موحودة في صورة طلب مستخدم الكمبيوتر شراء السلعة وتسجيل ذلك في لقائمة نظهرة أمامه على شاشة الكمبيوتر وإرساله إلى البائع الذي يرد بالموافقة إلكترونياً، وهو ما يدخل في باب التعاقد بالرسالة الذي أجدره الفقهاء، ولا فرق بين أن تكون الرسالة على ورق مكتوب وترسل بالبريد العادي، أو ترسل على الأنترنت، وهذا ما أفضى بحواره مجمع لفقه الإسلامي التابع لمنظمة المؤتمر الإسلامي بحور التعاقد بآلات الاتصال الحديثة كالتليفون وإيدكس والسكس وشاشات لكمبيوتر (الأنترنت)

- إن لتوفيق كشرط للصيغة متحقق لأن المشتري يطلب شراء السلعة أو الخدمة المعروضة من البائع أمامه على شاشة الكمبيوتر والبائع يوافق على طلب المشتري

- لاتصل وهو ما يعبر عنه باتحاد مجلس العقد، منه من حيث البطء التجارية للتجارة الالكترونية لجد أنه لا يجمع البائع والمشتري مكان واحد، ومع ذلك فإن انعقادها قائم في التعاقد بالمرسلة إن مجلس العقد هو مجلس قراءة الرسالة والتي يجب أن يرد منتهى الرسالة عليها بعد قراءتها حتى يتصل لا يجاب بالقبول وهو ما يحدث في الأنترنت
- للدلالة بمعنى أن تمر لصيغة عن حقيقة العقد وإن كان الكلام مشابه هو لذي يدل دلالة مباشرة وأصحية، إلا أنه يجوز شرعاً إجراء التعاقد بأي وسيلة تدن على رضا المتعاقدين عبر الكلام مثل الكتابة سواء كانت كتابة عادية أو كتابة إلكترونية، ولا يقال هنا إن التعاقد من خلال الأنترنت تعصه عمنية لتوثيق لأن تسجيل رغبت الطرفين إيجاباً وقبولاً على الكمبيوتر المتصل بشبكة الأنترنت يمثل توثيقاً كتابياً لإمكان الاحتفاظ به وطباعته فيما بعد

ب- بالنسبة للركن الثاني (المقابلين).

وهنا طرفي المعاملة المشتري والبائع، وأهم ما يشترط فيه ما الأهلية خاصة أهلية الأداء، بمعنى صلاحية شخص لصدور التصرفات التي ترتب له أو عليه حقوقاً والتزامات، وشيء الذي يؤخذ على التجارة الالكترونية هنا هو أنه يتاح فيها للبعض الأهلية مثل نصي التعاقد من خلال، ولكن يمكن تدرك ذلك حيث أن من لبيدات التي يسجلها المشتري تاريخ ميلاده وهي ما يمكن الاستعانة به في تقرير عدم التعاقد مع بعض الأهلية، أما البائع فهو عادة شركة ذات شخصية معنوية مستقلة وهي معترف بها شرعاً

و الأمر الحدير بالذكر هنا أنه يوجد دخلاء يسمون قراصنة الأنترنت يمكن أن يقوموا بهك سرقة لبيانات بأساليب هبة ويتعاقدون باسم أصحاب بطاقات الائتمانية ويسمونها هم السبع والخدمات، وهذا أمر وارد في التجارة العادية.

جـ - بالنسبة للركن الثالث (محل العقد)

'أي للعقود عينية، ويتكون من لمبيع سلعة أو خدمة أو ثمن، وهذا قائم في التجارة الإلكترونية، أما شروط المحل ومدى توفرها في التجارة الإلكترونية فهي:

• أن يكون 'العقود عينية قابلاً للحكم لعقد شرعاً، وهو أن لا يكون محرماً 'استخدامه ك'خمر و'خمر أو تحرير أو عدم صلاحية بيعه كالأشياء 'المباحة لعامة الناس، وهذا 'التزام على المسلم أن لا يتعامل في هذه الأشياء بيعاً و'شراء حتى وإن كان نظام 'الانترنت يتيحها كـ سبق لقول، هذا مع ضرورة 'الإشارة إلى أن المعلومات المتاحة مجداً هي 'الانترنت ليست محل تعاقد في التجارة الإلكترونية

• العلم بالعقود عليه عسماً دعيماً للجهالة وهذا 'شروط تمت الإشارة إليه في الفقرة السابقة

وبذلك نجد أن التجارة الإلكترونية تتوفر لها أركان العقد شرعاً وشروط

كل ركن

بعض الأحكام الشرعية للعقود والتجارة الإلكترونية ويمكن إيجازها فيما يلي.

مسألة القبض: وتتناول فيها الآن

• 'التسليم الإلكتروني: لقد سبق القول إنه توجد بعض الخدمات يتم تسليمها إلكترونياً ومن أوضح الأمثلة على ذلك قبض 'البدلين في حالة الصرف أو شراء أو بيع العملات النقدية، وهذه بشروطية شرعاً ضرورة قبض 'البدلين في مجلس انعقاد، فهل يحقق التسليم الإلكتروني عن طريق 'التسجيل إلكترونياً في حسابات العملاء هذا 'شروط ؟ لقد أفنى مجمع الفقه الإسلامي 'الذائع لمظنة المؤتمر الإسلامي بأن 'تفيد المصرفي في حسابات ليك يعتبر قبض حكيم وهو حذر شرعاً ويدخل في ذلك أيضاً تسليم الخدمات لأخرى مثل

لا منشورات، لطلبية و لدفوتية الكترونياً، وكذا تسليم الثمن من خلال بطاقة
لا تمان الكتروياً

- تسليم السلع بعد إبرام عقد بيع يوم أو يومين، وهذا جائز شرعاً طالما لم
دفع إحدى البدلين في مجلس العقد وهو الثمن

مسألة الخيارات وبعضها حرية التعاقد في امضاء العقد أو عدم الامضاء
سواء على ما يقرره من غير الأمرين أو القرارات خاصة إذا لم تتوفر عند التعاقد
لمرصة للتعرف الكامل على المعقود عليه وهو أمر وارد في التجارة الالكترونية
لأنه يقوم على رؤية المسع من خلال شاشة كمبيوتر وليس بطريقة محسوسة ثم
يحمده عند استلام السلعة بمخاطبتها للموصفات التي تعرف عليها إلكترونياً،
وهذا يدخل في إطار خيار الرؤية، وجاز لعب التي أقرها الشرع

ومشكلة هنا أنه لا توجد حتى الآن ترتيبات في التجارة الالكترونية
لمدرسة هذه الأنواع من الخيارات فيما يعرف بمخو الرجوع

التجارة الإلكترونية العربية الأفاق والتحديات

لقد شهد العالم في الآونة الأخيرة اهتماماً مريداً بالتجارة الإلكترونية Electronic Commerce كتيحة حتمية وضرورية للتطورات والمستجدات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث لعبت ولا ريت تلعب الشبكة الدولية للمعلومات أو ما يعرف بالانترنت دوراً رئيساً ومهماً كوسيط لاستكمال تعيد عمال التجارة بشكلها حديث والمعاصر فقد حصل تحولاً كبيراً من شكل التقليدي للتجارة إلى لشكل الإلكتروني الحديث. وأصبحت التجارة الإلكترونية واقعاً ملموساً في ظل البيئة المحلية وتسمى العديد من الدول إلى تعظيم دور التجارة الإلكترونية خصوصاً في ظل المتغيرات العالمية والتحديات الحديثة ومن المتوقع أن يعمم دورها في المستقبل القريب نظراً لتأثير هذه التجارة على الأسواق وأداء المؤسسات وقدرتها التنافسية، حيث يتوقع أن تكون التجارة الإلكترونية هي أسلوب التجارة السائد بين المنظمات والأفراد خلال هذا القرن في كافة أنحاء العالم.

تعد التجارة الإلكترونية إحدى سمات الاقتصاد لقائم على المعرفة ومن أهم التطبيقات الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي يجب أن تهتم بها الدول العربية كي تواكب البيئة الحديثة وما تعرضه من تطورات تمثل في ازدياد الاهتمام بالتجارة الإلكترونية ونتيجة لذلك فإن أهمية البحث تتحدد في محاولة الباحث التعرف على طبيعة التجارة الإلكترونية وخصائصها وأمكانيات الدول العربية من تطبيقها والاستفادة منها في ظل توفر بيئة مادية قوية.

يمثل هدف البحث في التعرف على مفهوم وطبيعة التجارة الإلكترونية بأختارها أحد المستجدات الحديثة في حولة لاقتصاد ولتعرف على واقع حجم التجارة الإلكترونية العربية وأمكانيات الاستفادة من مزاياها، إضافة إلى أهم التحديات والمشاكل التي تحول دون تطبيقها والعمل على معالجتها.

في الوقت الذي نجد فيه لدول المتقدمة ومنها الولايات المتحدة وادول لأوربية قد قطعت شوطاً كبير في مجال التجارة الإلكترونية، يرى من الجانب الآخر الدول العربية متأخرة في هذا المجال ولم تستطع استيعاب فكرة وأهمية المعلومات إلا في الآونة الأخيرة ولم تعرف هذه الدول أي أهمية لصناعة المعلومات والتجارة الإلكترونية. مما جعل منظمات الأعمال والشركات تعاني من الخوف وقنق من استخدام التجارة الإلكترونية وفي ظل عدم وجود وعي كامل لدى الأفراد من حيث التعامل مع هذه الوسائل الحديثة فضلاً عن عدم فإن الاهتمام بمجال التجارة الإلكترونية يتطلب المزيد من التخطيط والتنظيم العلمي وبالطبع فإن

تريد التحديات بفتح المجال أمام العديد من الباحثين لمواصلة البحث حول هذا الموضوع الحيوي ومعرفة أبعاده ودراسته وتذليل الصعوبات والعمل على معالجتها

فرضية مبادئها وجود إمكانية كبيرة متاحة لدول عربية للاستفادة من التجارة الإلكترونية فيما لو توفرت المقومات الأساسية اللازمة لاستخدامها

أولاً/- التجارة الإلكترونية .. المفهوم والأهمية

تعد التجارة الإلكترونية أحد تمار الثورة المعلوماتية التي يشهدها العالم اليوم. كما تمثل واحداً من موضوعي ما يعرف بالاقتصاد الرقمي (Digital Economy) حيث يقوم الاقتصاد الرقمي على حقيقتين التجارة الإلكترونية (Electronic Commerce) وتقنية المعلومات (Information Technology) والتي باتت تؤثر بلا شك على مختلف الأنشطة الاقتصادية. نظراً لما تمثله من استثمار في الطاقات البشريّة والعنصر الفكريّ المعاصر لشري وقد تعددت وجهات نظر باحثين الذين تناولوا مفهوم التجارة الإلكترونية، فهم من يرى أنها عمليات بيع وشراء مابين المستهلكين والمنتجين أو بين شركات باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات⁽¹⁾.

كما يرى البعض أنها عمليات مستخدم الشبكة الالكترونية في المجال التجاري والتي تتيح للمستهلك أن يعقد لعديد من صفقات البيع والشراء بأسلوب سريع وسهل

وتعرفها منظمة التجارة العالمية بأنها مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات عبر شبكة الانترنت كما أشار البعض بأن التجارة الالكترونية تطلق على عمل الخدمات التجارية التي تعتمد على الوسائل الالكترونية كبديل الالكتروني لبيانات والتحويلات الالكترونية للأموال ولرصيد الالكتروني ولشركات الالكترونية وغيرها من الخدمات التي تتعامل بها المؤسسات والشركات

ومن وجهة نظر عالم الاتصالات فإنها وسيلة من أجل إيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر الوسائل التقنية الحديثة، أما من وجهة نظر الأعداد التجارية فهي عملية تطبيق تقنية من أجل جعل المعاملات التجارية تجري بصورة تلقائية وسريعة

وعلى ضوء ما سبق يرى الباحث بأن التجارة الالكترونية هي نوع من التعامل التجاري يتضمن شراء وبيع السلع والخدمات وتبادل البيانات والمعلومات والخبرات عبر الوسائل الالكترونية المتقدمة بين الأطراف المعنية حيث أن حركات البيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات تتيح الدعم وتوليد المعوائد من خلال عمليات تحرير لطلب على تلك السلع والخدمات، أي أن التجارة الالكترونية تتيح عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء ويمكن نشية التجارة الالكترونية بسوق إلكتروني يتوصل فيه البائعون (موردون أو شركات الوسيطاء المباشرة والمشترون) وتقدم فيه المنتجات عبر شبكة الانترنت والمشاركين في الأسواق الالكترونية من باعة ومشتريين ومماصرة ليسو فقط في أماكن مختلفة بل يدر ما يعرفون بالصانع والخدمات عبر الانترنت وأجره لبيع بالوصف عبر مواقع لشبكة العالمية مع آخره بعضهم لبعض وفي الواقع

التسقي فإن التجارة الإلكترونية تتعد أنماط عديدة كعرض عمليات لدفع
لنقدي بالبطاقات المالية أو بغيرها من وسائل لدفع. وأنشاء متجر افتراضية أو
محال بيع على الانترنت، ولقيام بأنشطة لتوريد والتوزيع ولوكالة لتجارية
عبر الانترنت وممارسة الخدمات المالية وخدمات النقل والشحن وغيرها عبر
الانترنت

وتنقسم تطبيقات التجارة الإلكترونية إلى ثلاثة أجزاء،

- 1 شراء وبيع المنتجات والخدمات وهو ما يسمى بالسوق الإلكتروني
- 2 تسهيل وتيسير تدفق المعلومات والاتصالات والتعاون بين الشركات
وما بين الأفراد لمصلحة شركة واحدة
- 3 توفير خدمة الربائن

وعادة ما يتم لتبادل التجاري الإلكتروني بين ثلاثة أطراف هي الأفراد
وقطاع الأعمال (مؤسسة أو شركات) بمختلف أنواعها وأحجامها والأجهزة
الحكومية

أما لتعمل ما بين هذه الأطراف فيما يأتي تقسيمه إلى أربعة أنواع رئيسية
وهي:-

- 1 التجارة الإلكترونية من الشركات إلى الأفراد (Business to Consumer) ويشار
إليها اختصاراً بالرمز B2C
- 2 التجارة الإلكترونية من شركات إلى شركات (Business to Business) ويشار
إليها اختصاراً بالرمز B2B
- 3 التجارة الإلكترونية بين القطاعات الحكومية والأفراد (Consumer to
Government)
- 4 التجارة الإلكترونية بين القطاعات الحكومية والشركات (Business to
Government)

وتعتبر لعلاقات تجارية بين قطاع الأعمال والافراد وبين مؤسسات الأعمال فيما بينها، أكثر الاطراف تعاملًا بالتجارة الالكترونية ويتوقع لتعامل التجاري لكترونيا ما بين الاطراف لاخرى سيحدث في المستقبل هذا ويمكن تمييز بين التجارة الالكترونية البحتة والتجارة الالكترونية الجزئية اعتماداً على درجة تقنية المنتج وعلى تقنية العملية وعلى تقنية الوسيط أو الوكيل. فأي أما أن تكون ملموسة أو رقمية وأي وكيل أما أن يكون ملموس أو رقمي وأي عملية أما أن ملموسة أو رقمية، وبناء على ذلك فالتجارة

تنقسم الى ثلاثة أقسام:-

1. تجارة تقليدية بحتة
2. تجارة الكترونية بحتة .
3. تجارة الكترونية جزئية

وعندما يكون الوكيل ملموس والسلعة ملموسة ولعممية ملموسة فإن نوع التجارة سيكون تجارة تقليدية بحتة وعندما يكون الوكيل رقمي والسلعة رقمية ولعممية رقمية فإن نوع التجارة سيكون تجارة الكترونية بحتة. وأحد العوامل الثلاثة أصبحت رقمية ولبنية ملموسة فإنه سيكون هناك مزيج ما بين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية ويطلق على هذا المزيج بالتجارة الالكترونية الجزئية

هذا وتقدم التجارة الالكترونية العديد من المزايا التي يمكن أن نستفيد منها الشركات بذكر منها مايلي:

1 تسويق أكثر فعالية ورياح أكثر كوتها وسيلة فعالة للوصول إلى أسواق لعالم جميعها في وقت ودون انقطاع طيلة ساعات اليوم وطيلة أيام السنة وباقل التكاليف

- 2 تخفيض مصاريف شركات تعد عملية إعداد وصيانة مواقع التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت (Web) أقل كلفة من أسواق التجزئة أو صيانة المكاتب، حيث توفر العديد من النفقات العامة والادارية
- 3 تلبية احتياجات العملاء وتوفير الوقت وجهد، أو عملية العملاء يحصلون أجراً معاملاتهم التجارية من مبالغهم أو موقع عملهم، أي أنهم يحصلون خدمة لدية من أي وقت ومن أي مكان وعبر أي اتصال ودون توقف في طوابير لشراء منتج معين وذلك 'اختصاراً لوقتهم وجهدهم
- 4 حرية الاختيار توفر التجارة الإلكترونية فرصة رائعة لريادة مختلف أنواع المحلات على الانترنت وتزود العملاء بالمعلومات الكاملة عن المنتجات ويتم ذلك بدون أي ضغوط من الباعة
- 5 خفض الأسعار حيث يوجد على شبكة الانترنت العديد من شركات التي تباع لبيع بأسعار أقل مقارنة بأسواق التجزئة أو الماجر لتقديمها لأن لتسوق على الانترنت يوفر للعديد من المبيعات العامة والادارية، حيث تصل نسبة توفير ما لا يقل عن 18% مما يصب في مصلحة الرابح

التجارة الإلكترونية الخصائص والمقومات

خصائص التجارة الإلكترونية

يعني انتميز بين التجارة الإلكترونية و الأعمال الإلكترونية (E-Business) ولاحيرة هي أوسع نطاق وأشمل من التجارة الإلكترونية.وتقوم على فكرة التفتة،الاداء، وتحويل أنماط العمل في مختلف الأنشطة لادارية و لاساجية والمالية و لخدمية في إنشاء وبدخل صحن هذا، المفهوم المصنع لاللكتروني المولمت و لسك لاللكتروني وشركة لتأمن لاللكترونية و لالحكومة لاللكترونية في حين أن لتجارة لاللكترونية سبط تجاري يتم حلاها بيع أو شراء أو تبادل لمنتجات و لخدمات والمعلومات باليات تقنية وضمن بيئة تقنية

أن هذا التغير في نظام أعمال المؤسسات كتتاح طسعي بتطور هائل في تكنولوجيا المعلومات و لاصالات كان السب ورة نشوء ونطور لتجارة لاللكترونية

هذا وتتسم لتجارة لاللكترونية بالعديد من لخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية والتي تتمثل بالاتي:-

- عدم وجود مكان جغرافي محدد ينبغي فيه البائعون والمشترون، وإنما يتم لتلاقي عبر شبكة الانترنت، أي أن لسوق أو مركز التجارة ليس ببيئة أو ما شبه بل هو محل شبكي يحوي تعاملات تجارية، وأن طرقي لصلية لتجارية بدر ما يعرفون بعضهم لبعض وتتسم عمليات التبادل دوما حياجه حتى أن يرى أحدهم الآخر

- أن عملية لتبادل تجاري لاللكتروني تتم بأعلى درجة من الكفاءة وبأكثر فعالية وبأقل تكلفة ممكنة، كونها تعتمد لتبادل لاللكتروني للبيانات (Electronic Data Interchange (EDI والمستندات كرسال الخو لات المالية والقوانين والكمبيالات وتنظم المعلوماتية الأخرى⁽¹⁾

- أن لتجارة الالكترونية تساعد على انجر العديد من الصفقات والمعاملات بسهولة ويسر ودون أن يتطلب
- ذلك انتقال البائع أو المشتري إلى حيث تعرض هذه المنتجات والخدمات
- ثثار لتجارة لالكترونية بإمكانية مطعة في عرض منتجاتها من لبيع والخدمات على المستهلكين
- في وقت واحد وعلى مدار الساعة في ايوم الواحد، كما يساهم في تحقيق أقصى فائدة ممكنة لكل من المنتجين أو المستهلكين
- تشكل لتجارة الالكترونية عاملا محمرا للشركات المتعامه معها كي تطور خدماتها لتعازية بشكل مستمر، والمنافسة هنا تتحد اعلى أشكالها، ذلك أن لشركة مع زيادة الاسواق لتتاح امامها يردود عدد ماضيها في الوقت نفسه وهي مضطرة لمواجهة المنافسة في الاسواق العظيمة من يساعد على تطوير الفدرات التنافسية

مقومات التجارة الالكترونية

- كي يمكن لتجارة الالكترونية أن تنمو وتطور يسمى بوفر عدة مقومات أساسية تساهم جميعها في خلق بيئة مناسبة، ونساعد على تحقيق الفوائد المرجوة منها، ومن تلك المقومات:-
- توافر بنية تحتية تمثل بالاتصالات وشبكة الانترنت على نطاق واسع بحيث يمكنها لتعدد لاوسع شريحة من المجتمع وبأسعار تنافسية
- بشر لوعي، العنصر واللذان والاعضاء على لأمية لتعليماتية لدى أفراد المجتمع يساهم في إصدار لتشريعات المناسبة والمعايير القياسية لتوفير الحماية ولثقة لتعاملين في هذا الحقل الأمر لدى سيساعد على تقبيل عمليات لتصب و لاحتياال وكذلك يساهم في ثقة المواطنين في عمليات لتبع والشراء

- وجود سبة تحبة كفة للخدمات اءاية لاسيما في مءل للعامل اءالي
لمصري وتمكيه من دعم عمليات لتجارة الالكترونية وتتوسع في نظم
لدفع الالكتروني لاسيما بطقااا لاآمن ونيسير أبرم معاملاا مالية
مأمونة على الشبكة.

اتفاق التجارة العربية الالكترونية

تءاول لمءيد من اءول لعربة متابعة المتحداء لعالية في مءل
تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وما تفرره من متعبراا جديدة من ءلال
تطوير وتحديث اقتصادياتها لتوكب لطوراء لسريعة وللملاحقة من
تكنولوجيا معلومات، وبدأا هذه اءول في لاعتماد على الأعمال الالكترونية
(E-Business) والتجارة الالكترونية كسطق للتعامل في لاسواق التي تتعامل
بها شركات هذه اءول ومن بين هذه اءول دولة الامارات والمملكة لعربة
للسعودية ومصر و لاردن وتواحه اءول لعربة لمحدث وسعه في هذا مءل
أهمها لفجوة لرقمية المتسعه في اقتصادياتها، نذث قوة الفصلة التي ءلقتها
ثورة المعلومات والاتصالات في مءل لتعاا بل مصدر المعلومات والمعرفة
ولقدرة على أسعلاها وهي فجوة وسعه ومتعددة لءولاب وباءا أمر، وقعا
وهي آءءه بالانساع بيبها وبين اءول لتفءمه أصفه لوءوءها بين اءول
العربية ذاتها وفي داخل كل دولة على ءءء.

وشير تقرير لسك اءول اءام 2005 إلى أن ءجم صادراا اءول
لعربية لتفائه العالمية بلمأ (24%) ءط في ءين بلمأ في اءول لتفءمه (1936)
وءول شرق أسيا (1924) وأمريكا للانبسة (1923) أما من ءبب متوسط
مسءءمي لالانبسة مءلا في اءول لتفءمه لءام 2003 بلمأ 4800، لكل ألف
من السكاا ومتوسط مسءءمي الانرببب في اءول العربية (49) لكل ألف
من السكاا للءام نفسه، بما بوضع ءجم الفجوة الرقمية⁽¹⁾

أن من أهم مؤشرات قياس لوصول لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات هو مؤشر عدد مستخدمي الإنترنت والذي يعكس بشكل غير مباشر واقع وأفاق التجارة الإلكترونية، ويشير أحدث الإحصائيات أن عدد مستخدمي الإنترنت في العالم يبلغ نحو (1.2) مليار مستخدم من تعداد سكان العالم لعام 2007، استوعب عددهم نحو 16.6 مليار نسمة أي نسبة (17%) في حين لم يكن عدد مستخدمي الإنترنت يتجاوز في عام 1997 أي (170) مليون مستخدم. أي تصاعفوا نحو سبعة عشر مرة على مدى عشر سنوات وهي زيادة لم تشهدها أي وسيلة أخرى على مدار التاريخ البشري. أما على المستوى العربي، ينعكس عدد مستخدمي الإنترنت في العالم العربي لعام 2007 نحو (129) مليون نسمة مستخدم من إجمالي سكان الوطن العربي البالغ (330) مليون أي أن نسبة مستخدمي الإنترنت العربي لعدد السكان يبلغ نحو 39% في حين لم يكن إجمالي عدد مستخدمي الإنترنت العربي في عام 1997 يتجاوز (80) ألف مستخدم وهو ما يعني زيادة تبلغ نحو (90) ضعف في مدى عشر سنوات أي أن الزيادة التي تشهدها أنشأت الإنترنت في الوطن العربي تعد أعلى نسب في العالم. وتنبأ هذه الزيادة هائلة في عدد مستخدمي الإنترنت مما يمكن أن يشهده المستقبل من توسع في هذه الزيادة استناداً على التطور التكنولوجي الذي بدأ يأخذ لونه العربية في الاعتبار.

ويعتمد عدد مستخدمي الإنترنت على عوامل عديدة تؤثر بشكل مباشر هبة وعلى انتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات منها مدى توافر الحواسيب ورحلات شبكات ومعدات، وتعليم الشباب في المدارس ومحاربة الأمية المعلوماتية ورحلات أسعار الهاتف والاشتراك في الإنترنت ونوفر الهواتف والخطوط لتأمين سرعة انتقال المعلومات وتعميق الاستفادة منها إضافة إلى متوسط دخل الفرد ومستوى المعيشة (القدرة الشرائية العالية للفرد)

أن لنظر إلى وقع استخدام تكنولوجيا الاتصالات في العالم العربي يكشف وجود هوة رقمية بين بلدان طورت سبج تكنولوجيا اتصالات فيها وعليها في منطقة الخليج العربي وبلدان لارئت متعثره في هذا المجال ووفق لدراسة أعدت لصالح منتدى دافوس لاقتصادي الدولي حول تحديات تطور تكنولوجيا الاتصالات و الاعلام في العالم العربي، تم تصنيف الدول العربية إلى ثلاث مجموعات:-

• مجموعة التطور السريع وتشمل الامارات الكويت البحرين

• مجموعة الدول الصاعدة: مصر - الاردن - لبنان - السعودية

• مجموعة الدول السائرة في طريق لسر لمغرب عمان سوريا

هذا وتصدر دولة الامارات العربية المتحدة لدول عربية من حيث نسبة مستخدمي الانترنت من اجمالي سكانها حيث بلغت (29.9٪) ثم البحرين (18.1٪) ثم قطر (12.8٪) في الكويت (12.4٪) على حين يقع السودان في اخر القائمة

وعلى الرغم من ارتفاع مستوى المعيشة الممكنة لعربية السعودية لمجد أنها ثاني في المرتبة لتاسعه بعد تونس وهول فلسطين حيث لا تتجاوز نسبة لديها 2.68٪ من مجموع السكان أما المغرب ومصر و الجزائر وليبيا فتتبع في تصنيف انطلاقاً من المرتبة الحادية عشر

وعلى الرغم من صعوبة تحديد حجم التجارة الالكترونية عرب، إلا أن بعض الدراسات الحديثة والاحصائية أظهرت نواصع حجم وإمكانيات لتجارة الالكترونية في العالم العربي فقد حققت تجارة الالكترونية على المستوى العالمي معدلات نمو مرتفعة نسبياً منذ عام 2007، حيث بلغ نموها (20.1٪) سنوياً وارتفعت عائداتها من (26) مليار دولار لعام 1997 إلى (66) مليار دولار لعام 2011 وارتفعت لتصل (120) مليار دولار لعام 2012 ومن المتوقع أن يصل إلى

٩٥٥٥٠٠ مليار دولار في عام 200٩ في حين أن حجم معاملات في التجارة الإلكترونية العربية لم يتجاوز نسبة (١٠%) من حجم معاملات على المستوى العالمي على صعيد معاملات لشركات (b2b) أما لشرء الإلكتروني عبر الإنترنت فلم يتجاوز عربياً (١٠%) ونشير أكثر لتوقعات تفاؤلاً للعام 2٠١0 وناصدرة عن (UNCTD) إلى أن «العمليات الإلكترونية في أفريقيا والدول العربية من شأنها أن تغطي (١٠%) من مجموع العمليات العالمية في حين مستحق لولايات المتحدة الأمريكية مثلاً نسبة (١٩.١%)»

أن سبي مساهمة لتجاره الإلكترونية العربية على المستوى العالمي يعود إلى عدة أسباب منها أن الموقع التي تستخدم «العملة العربية لا تمثل أكثر من ٠.٠٥% من مساحة استخدام على شبكة الإنترنت. وهذا، بعد عائق رئيس أمام نجاح تجارة التسوق الإلكتروني في الدول العربية. مشكلة للعملة تمثل عملاً مهماً يفقد نشاط التجارة الإلكترونية العربية، كما أن عدم الوعي بوسائل لتجارة الإلكترونية وتحديد وسائل التوفاء بالتمس عبر تقنيات الدفع النقدي وطاقات الائتمان وضعف الثقة بالحسابات الأمنية لحماية المعلومات مثلت عوامل حاسمة في ضعف استخدام هذا النمط المستحدث لنشاط التجارة الإلكترونية» هذا بالإضافة إلى المشاكل التنفيذية التي تعوق لتجارة الإلكترونية في العالم العربي مثل ضعف الموارد البشرية والمادية وعيوب بخرت تكنولوجيا للأزمة شبكة أنشأ لامية بسبب عالية مثلة في لامية، اللامجدية علاوة على وجود أمية معلوماتية وضعف كثافة قطاع الاتصالات الأمر الذي يؤثر في أداء لقطاعات الاقتصادية الأخرى وعدم توفر البنية التحتية الكافية التي تسبب الاتصال بالإنترنت والاستفادة من تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها وأخير تأتي مشكلة عيب الأطر التشريعي والتنظيمي في بعض الدول العربية الذي يظم العمليات الإلكترونية في ظل أنفتاح الأسواق والحفاظ على حقوق الملكية الفكرية.

وتتوقع بعض الدراسات أن يزداد حجم التعامل بالتجارة الإلكترونية على المستوى العربي مع ازدياد اندماج اقتصاديات هذه البلدان في اقتصاد عالمي مشيرة إلى توجيهاً حكومياً لدى العديد من هذه البلدان لايحاء الحكومة الإلكترونية أدبهم تعامل الحكومية الإلكترونية مع كثير من لقطاعات الانتاجية والاستهلاكية كذلك في تقديمها لمختلف خدماتها

ورسمي التأكيد على ضرورة توفر مجموعة من الآليات تساعد على ليهوض بواقع لتجارة الإلكترونية العربية، وتتخطى بعض العقبات وتحقق نسبة نجاح متريفة ومن هذه المتطلبات وجود نسبة متطورة بالاتصال ونظم جيدة لادرتها مع أرساء بيئة قانونية وتشريعية لتوفير حماية ولشع للتعاملين في هذا النشاط ومعرفة اللغة الاجبية وتوفر قاعدة ثقافية جيدة ولوعي ولادراك لأهمية هذه الوسيلة ووجود حاسبات آلية ومستوى مرتفع من الدخل سيبا

أن باحث في الموقع العربي يلاحظ أن الجهود تتفاوت فيما بين المؤسسات العربية من حيث الأداء والتميز والتميز والتميز من الموقع العربي تتجاوز مشكلة اللغة باعتماد نظام لغة ثنائي ومرجيات ترجمة وحلول خاصة ببيئة عربية ودلالي تمكنت من الدخول الى سوق لتجارة الإلكترونية وقد أحلت العديد من المصارف العربية وفي مقدمتها لبوك تكبرى في الامارات العربية للتحدة مجموعة بنك الامارات لدولي اشرق لاوسط وبك دبي الوطني بنك الاتحاد الوطني وبك الكويت الوطني على الموقع www.nbk.com بنك هودة لسان على الموقع www.aud.com وبك الاعتماد اللبناني وبك فلسطين لدولي على الموقع www.pibank.com إضافة لبك قطر الوطني على الموقع www.qatarbank.com

لده تقديم خدماتها المصرفية عبر الانترنت لتسهيل التجارة الإلكترونية وتلت لبوك هي العاملة حالياً في ميدان التجارة الإلكترونية العربية

كما شاع تأسيس متاجر افتراضية على الشبكة، ليررها متاجر الملابس وخطوبات و مكتبات، كما ظهرت مواقع خدماتية شاملة، إخبارية، إعلامية وتسويقية للعديد من السلع في مقدمتها أغلات ومنتجات النقية من الأحهر ولرغبات، ونعد مشروعات الاسواق الإلكترونية في دبي ولعمودية والاردن أكثر مشروعات انجازه الإلكترونية طموحاً وينوقع أن تحقق خطط تطويرها ثمة جيد في سوق التجارة الإلكترونية العربية

ومع اتساع الاهتمام بأحدث مواقع عربية على الانترنت لمختلف المؤسسات والهيئات التجارية في لعالم العربي بدأت المواقع التي تأسست في السنوات السابقة بإضافة خدمات لتسوق إلكتروني وخدمات لتجارة الإلكترونية الأخرى ونظهر الدراسات أن نسبة تزايد أنشطة التجارة الإلكترونية في بيئة عربية تزداد على نحو متسرع وتشير التنبؤات إلى أن كل ١٦ من أصل ١٠٠ جهة عربية ستحدث موقعاً على الانترنت تصيف ضمن خدمات الموقع أنشطة تسويقية وإعلامية وخدماتية تفع ضمن نطاق ومفهوم لتجارة الإلكترونية

التحديات الأساسية لتجارة الإلكترونية العربية

أن أسباب تعثر لتجارة الإلكترونية في لعالم العربي متعددة، منها لتحديث تقنية وتحديث عبر تقنية وتمثل هذه التحديات في جعل بء تجارة إلكترونية عربية في ثلاثة أبعاد أساسية

البعد الأول

متطلبات البنى التحتية. وهو تحدي ذو طبيعة تقنية يتصل بها لتحديث بء وتطوير لكوادر بشرية لخدمة على استخدام تكنولوجيا المعومات وعلى صيانة الأحهر والمواقع، وعدم وجود حيز حجمي band width كافي للاتصالات السلكية واللاسلكية في علية الدول العربية كونه تعاني من

مشكلات التي انتحيت في حقلي لاتصالات وحواسب، وما يتصل بهذا من
دوت تطوير لبرمجيات مع بعض التطبيقات وقواعد لبيانات المستخدمة حالي
ويتصل بهذا لبعء عدم تحيطي عالية لدول العربية مشكلات لسياسات
لتصغيرية لسبل الخدمات لاتصالية وخدمات تزويد لالتربيت، وهو عامل
فعال في زيادة عدد المشتركين كمدخل ضروري بوجود سوق لتجارة
الانكروبية العربية

البعد الثاني

وجود لجنة لقانونية والتشريعية لتوفير الحماية والثقفة للمتعاملين في
لتجارة لانكروبية، والدول العربية ومؤسساتها التشريعية معنية بأرساء الحلول
لتشكلة أمام أقررت عصر المعلومات وثاره على لنظام القانوني، ووضع
استراتيجية واضحة لتعامل مع هذه الموضوعات، أذ كيف يكون تشريع لتجارة
الانكروبية مثلاً ذو فعالية وملائمة أذ لم يكن النظام القانوني لمعي يعترف مثلاً
بالحماية للحاسبة للمعلومات من احتطار جرائم لكسبونر ولأسربت أو كن
لنظام لقانوني لمعي لا يقل حجة ابوسائل الانكروبية ولا يعترف
بمستحرجات لحاسوب فيه في لآليات أي لآيزال لكثير من لقوانين ولأنظمة
ولتشريعات في لعالم العربي عبر منسجمه مع متطلبات التحدرة لانكروبية

البعد الثالث

تجديات لتسير والاستمرارية والقدرة لتنامية وهو يتصل بمفهوم
تطوير لأعمال business development مصدر لاستمرارية واتسعية وعلى
أنساع حجم سوق لتجارة الانكروبية العربية، أن صغر حجم لأعمال الموجهه
للمستهلك هو من المعوقات الأساسية التي لحده من انتشار لأعمال لانكروبية
عبر لشبكة، كذلك يعني لزوء لنية اتمامه للخدمات حالية كونها إحدى
القضايا المهمة في هذا المجال لأسباب بطاقات لاتصال ولتي لايزل مستخدمها
محدود جداً في لعالم العربي ويمكن لقول أن المطلوب ليس مجرد لوجود على

لشبكة لأي وجود دون قدرة تامة وتطور دائم يعادل عدم الوجود بل ربما يكون الخيار الأخير قبل كلفة وهو حر الوجود غير لتأجل على شبكة
كما أن هناك عقبات أو مشكلات أخرى تعوق لتجارة الالكترونية في
العالم العربي كالمعوقات الاجتماعية وثقافية مثل توفر الوعي الكافي بأهمية
الأعمال الالكترونية وما يمكن أن تمنحه من فرص جديدة وآفاق واسعة أمام
مؤسسات الأعمال والمنظمات غير شرعية ولتتم وعدم الثقة في لتسديد عبر
الوسائل الالكترونية ومقاومة التغير وغيرها

اثر استخدام التجارة الالكترونية في تخفيض التكاليف التسويقية

وعمد مصطلح لتجارة الالكترونية حديث التداول سبباً لانه تطبيق لتجارة لالكترونية كان قد بدأ في بداية السبعينيات من لقرن الماضي من خلال عدة تطبيقات حيث كانت أكثر لتطبيقات شهرة في ذلك الوقت هو تطبيق التحويلات لالكترونية للامول ولكن مدى هذا لتطبيق تقتصر على المؤسسات ولشركات لعملاقة وبعد ذلك ظهر نوع اخر من التطبيقات الا وهو التبادل لالكتروني للبيانات ولدي ساهم في توسيع تطبيق لتجارة لالكترونية من مجرد معاملات مالية في معاملات حرة وساهم في زيادة لشرائح لمساهمة في هذه التقنية من مؤسسات مالية والمصانع وباتعمي التجارة ومؤسسات خدماتية اخرى وقد نشرت بعد ذلك تطبيقات وخدمات حرة هذا نوع من لتجارة مثل بيع وشراء لاسهم وبذكر السعر ولتي كانت تسمى تطبيقات الانصالات السلكية واللاسلكية

وان مفهوم التجارة لالكترونية لم يكن بالشكل الذي عينة لان ذلك نوع هذه لتطبيقات بديلاً قنصادي فملاً للانشاء لا بعد ما حصل من تطورات تكنولوجية وسعة في لالكترونيات ووسائل الانصاء حيث اصبحت في متناول المؤسسات والشركات بمختلف انواعها واحجامها وذلك لرحمن ثمنها وصغر حجمها وسهولة استخدامها اذ رفقت هذه التطورات تكنولوجية لتحولات ادرية وتنظيمية في لانصالات لمجته نحو تحرير هذا القطاع اهم من العديد من التشريعات لتي لم تكن استخدام ونوع الخدمات لتقليدية لتي تقتصر على استخدام الشبكات للانصالات ادمية ولا تميز اهتماماً كفاً لخدمات ترسل البيانات والخدمات المتطورة الاخرى

ومع بداية انتشار الانترنت في تسعينيات من لقرن الماضي بدأ استخدام مصطلح لتجارة لالكترونية ومن ثم تطورت تطبيقات لتجارة لالكترونية

صورة كبيرة ولسب لآخر ابدى صاهم في تطور التجارة الالكترونية هو شبكة
لاردياد حدة المنافسة بين الشركات ومد عام 1995 شاهد الكثير من
لتطبيقات المدهة ولتي تثبت في الإعلانات والمرادات وحتى لجارب الموقع
لاقتراضي لدرجة ان كل شركة كبيرة و متوسطة الحجم اشأت لها موقعاً على
الانترنت .

لذ يمكن لقول بان ولادة التجارة الالكترونية قد كان في منتصف
التسعينات ووجهر التسعينات من لقرون لماضي وتطورت وبشكل سريع جداً في
الامية الثالثة

منهجية الدراسة

تتمثل مشكلة لدراسة في ان معظم الشركات تسعى الى خفض كلفة
المنتج نهائي لها الى ادنى حد ممكن لماية من ثر مباشر في مبيعات الشركة
وربايحها وعلى لرهم من تعدد وسائل وطرق خفض لكلفة لا بها قد لا
تكون فاعله ومؤثرة لبعض لشركات لذ قد ظهرت التجارة الالكترونية
كحدى معالم لتطور تكنولوجي لمعلومات وحدى اهم وسائل خفض
لتكاليف عمومأ والتكاليف التسويقية خصوصأ كون ل التجارة الالكترونية
تسمح من خلال تسويق منتجات لشركة إلكتروبأ من نشيط التجارة وزيادة
مبيعات لشركة وزيادة سرعة تسويق منتجات لشركة وتقليل بوقت ولجهد
وتخفيض كلفة تسويق منتجات لشركة بن دس حد ممكن ولتي تؤثر وبشكل
كبير على اجمالي التكاليف وعلى صافي لرباح الشركة .

اهمية الدراسة (Study Importance)

تستند بدراسة هبشها من هبة المتغيرات لتي تساوها كونها تسعى الى
برر طبيعة ووجهر لعلاقة فيما بين متغيري الدراسة لرئيسيين وهما التجارة
الالكترونية والتكاليف التسويقية ولسمي الى تحقيق الترابط ولتسارح لفكري
ولتطبيقي فيما يسهما وبيان اثر كل مسهما على الاخر .

3- أهداف الدراسة « Study Objectives »

تسعى الدراسة الى تحقيق الاهداف الآتية

1 المساهمة المضافة في تقديم عرض مفاهيمي ونظري يتناول حد المفاهيم الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات وهو التجارة الالكترونية و لاطراف المتعاملة بها والجهات المستفيدة منها .

2 بيان مفهوم لتكاليف لتسويقية باعتبارها جزءاً مهماً من إجمالي كلفة المنتج النهائي والتبويبات الأساسية لها وخصائصه الرئيسية لميزة هذه لتكاليف ومدى تأثيرها على إجمالي لتكاليف وعلى مستوى ربح الشركة .

3 محاولة تشخيص وتحديد وتفسير طبيعة لعلاقة فيما بين استخدام لتجارة لالكترونية والتكاليف لتسويقية وبيان أثر كل منهما على الآخر

4. فرضية الدراسة: (Study Hypotheses)

تند الدراسة الى فرضية رئيسة مفادها بان هناك علاقة ذات دلالة حصائية فيما بين استخدام لتجارة الالكترونية وتخصيص إجمالي لتكاليف لتسويقية

حدود الدراسة « Study Boundaries »

أ- الحدود المكانية : Place Boundaries

د تم اختيار شركة ربح بلاثصالات من قبل الباحثين كونها لاسب و لاقرب لتحقيق هدف الدراسة وفرضياتها الرئيسية .

ب- الحدود الزمانية : Time Boundaries

متدت لمدة لرمية بلمدرسة ببدأ بتحديد مرصوعاتنا وتوجهاتها و انتهاء بالمجاز اهدائها من 3-10-2009 ولعامه 9-3-2010

ج- الحدود البشرية: Human Boundaries:

شملت عينة الدراسة 24 فرداً من العاملين في لشركة عينة الدراسة
ويوقع 8 مدراء مبيعات و8 من العاملين في قسم الدراسات والبحوث
التسويقية و8 من مختلف المستويات الإدارية للشركة

6- منهج الدراسة: (Study Method)

عتمدت الدراسة منهج الوصفي تحليلي، إذ مثل لتحليل المنطقي
أساس لخيار نظري من الدراسة في حين كان لتحليل والاستدلال
الإحصائي أساس الجانب التطبيقي منها

7- أسلوب جمع البيانات والمعلومات (Styles of Data Collection)

شملت عملية جمع البيانات والمعلومات اللازمة لأجهزة الدراسة على
مجموعة من الأساليب وكالاتي:

أ- الجانب النظري، استند الجانب النظري من الدراسة على عدة مصادر وهي:

- الكتب والأدبيات والدوريات العربية والأجنبية .
- بحوث المؤتمرات العربية والأجنبية .
- الرسائل والأطاريح الجامعية .
- شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)

ب- الجانب العملي، حيث تم اعتماد الأساليب التالية .

- مقابلات لشخصية ونصت الأسئلة مباشرة بالحضور على
بعض الأحداث من إيراد لعبة وشرح بعض الأمور العدمية
لصالح لدقة في إجابات وقد سهمت هذه المقابلات بالحصول
على معلومات وفادت الدراسة من جانب وعن جانب آخر
أوضحت للموظفين والعاملين مفهوم التجارة الإلكترونية
وتكاليف لتسويقية مما سهل لديهم تطبيق الجانب العملي

المصادر الرسمية : اعتمد الباحثون على سجلات الشركة المحوثة وما توفر من وثائق وإحصائيات بهدف الحصول على البيانات والمعلومات المطلوبة التي تخدم توجهات الدراسة

الخامسي وكما مبين أدناه Likert. ولقد تم اعداد استمارة اسنانة وفق

لمقياس

| لعمرة | تعن بشدة | تعن | محييد | لا تعن | لا تعن بشدة |
|----------------|----------|-----|-------|--------|-------------|
| الورد لدرجة | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

المفاهيم النظرية للدراسة

اولا التجارة الالكترونية

أ : مفهوم التجارة الالكترونية

- للتجارة الالكترونية الكثير من التعاريف يمكن تلخيص أهمها بالآتي
- هي مفهوم جديد يشرح عملية البيع والشراء أو تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال شبكات كمبيوترية ومن أهمها الانترنت (مروان، 2003، ص 44)
- هي عبارة عن مجموعة من العمليات التجارية الشكمية والتي تتعامل معها كافة الهيئات والمؤسسات والأفراد وتعتمد على المعالجة الالكترونية (رضوان، 1999، ص 19)
- هي صفات تجارية سحر من خلال الشبكات المفتوحة (عبد الرحمن، 23، 2009)

- **عالم الاتصالات يعرف لتجارة الالكترونية بأنها وسيلة من أجل يصل للمعلومات او الخدمات او المنتجات عبر خطوط الهاتف او عبر الشبكة الكمبيوترية و هو ي وسيلة لكترونية (سيبومي، 2003: 26)**
 - **في حين ان الخدمات تعرف لتجارة الالكترونية بأنها داة من اجل تلبية رغبات لشركات ولستهلكين والمدرء في خفض كلفة الخدمات وزيادة من كفاءتها ولعمل على تسريع يصل الخدمة (Dempsey، 99: 54)**
 - **ما عالم الانترنت فقد عرف لتجارة الالكترونية بأنها التجارة التي تفتح المجال من اجل بيع وشراء المنتجات والخدمات والمعلومات عبر الانترنت (www.cuarab.com)**
- ولكن على الرغم من تعدد التعريف التي تناولت مفهوم لتجارة الالكترونية وتعدد آراء الباحثين لا ي الباحثون يتفقون مع تعريف منظمة التجارة لعالية WTO التي عرفت لتجارة الالكترونية بأنها لشاط التجاري لذي يشمل عملة اشاع وترويج وتسويق وسع وتوزيع المنتجات من سلع وخدمات من خلال شبكة اتصالات لكترونية (الحار، 2002: 14)
- د ان هذا التعريف يعد من وجهة نظر لباحثون الأكثر شمولية ودقة ولاكثر ارتباطاً باهداف البحث ولرؤية الرئيسة .
- ومن خلال ما تقدم من التعاريف السابقة فاما سنحصل ما يلي
- 1 ان التجارة الالكترونية ساهمت في تطوير لاسواق التجارية وجعلها اسواق مفتوحة امام الرمان ببعض النظر عن الموقع الجغرافي د انها تتعدى الحدود لزمانية والمكانية التي تعيق حركة التعاملات التجارية
 - 2 انها تسعد على قيام سوق عالمي لكتروني وخلق بيئة لمكس لرماني من لتحكم بشكل أكثر فعالية في عملية شراء وحصول على معلومات حسب الطلب

3 أنها تقوم على عمليات متبادلة سواء كانت تجارية و خدمية ووجود عدة طرف تتعامل مع بعضها البعض ووجود جانب تكنولوجي و إلكتروني عند تطبيقها.د. بها لا تتطلب اجتماع طرف لتعامل كما بها لا تشترط وجودهم او اتصالهم بصورة مباشرة

4 أنها تساعد على رفع الكفاءة في الأداء وتحقيق لفاعلية في العمل

الاطراف المتعاملة بالتجارة الالكترونية

هناك العديد من الاطراف والمستخدمين للتجارة الالكترونية عند تطبيقها متشكلة بشكل تعاملات ومن اهم تلك التعاملات هي ما يلي

1. تعاملات بين وحدة اعمال (الشركات) ووحدة اعمال اخرى (BUSINESS TO BUSINESS B2B) يتم هذا النوع من التعاملات ما بين وحدات الاعمال (الشركات) بعضها بعضا و تقوم احدى الشركات باستخدام تكنولوجيا المعلومات وشركات الاتصال للحصول على طلبات لشراء من المجهزين من شركات اخرى وتوفير عملية لدفع وبعد هذا النوع من التعاملات من اقدم انواع التعاملات واكثرها شيوعاً. (المجاهد، 1999: 16)

2. تعاملات بين وحدة (اعمال الشركات) والردنس (CUSTOMER B2C) (BUSINESS TO) يتم هذا النوع من التعاملات عن طريق استخدام شبكة الانترنت حيث ان هناك العديد من المواقع التجارية على هذه الشبكة والتي تعرض جميع انواع المسحات والخدمات للشركات والتي عن طريقها يستطيع الزبون من القيام بعملية شراء و لدفع سواء باستخدام بطاقة الائتمان و لدفع النقدي عند التسليم و ي طريقة اخرى (Abbott & Jones, 2000: 10)

3. تعاملات بين لاجهزة الحكومية ووحدة لأعمال (GOVERNANCE TO BUSINESS G2B)

4 يتخصص هذا النوع من التعاملات قيام الأجهزة الحكومية بعرص لرسوم و لاجرة ت و لوائح ونماذج لمعاملات على الانترنت ومن خلالها تستطيع الشركات من الاطلاع عليها بصورة إلكترونية (رضوان، 1999: 21)

5 التعاملات بين الأجهزة الحكومية مع بعضها (GOVERNMENT TO GOVERNMENT) ويتخصص هذا النوع من التعاملات تبادل لبيانات ومعلومات ما بين الأجهزة الحكومية بعضها لبعض والسبق فيما بينها وتشمل أيضاً جانب التجاري من خلال قيام بعض الأجهزة الحكومية بعرص موجوداتها لتسبغ إلى جهة حكومية أخرى عن طريق التجارة الإلكترونية. (نور، 2002: 38)

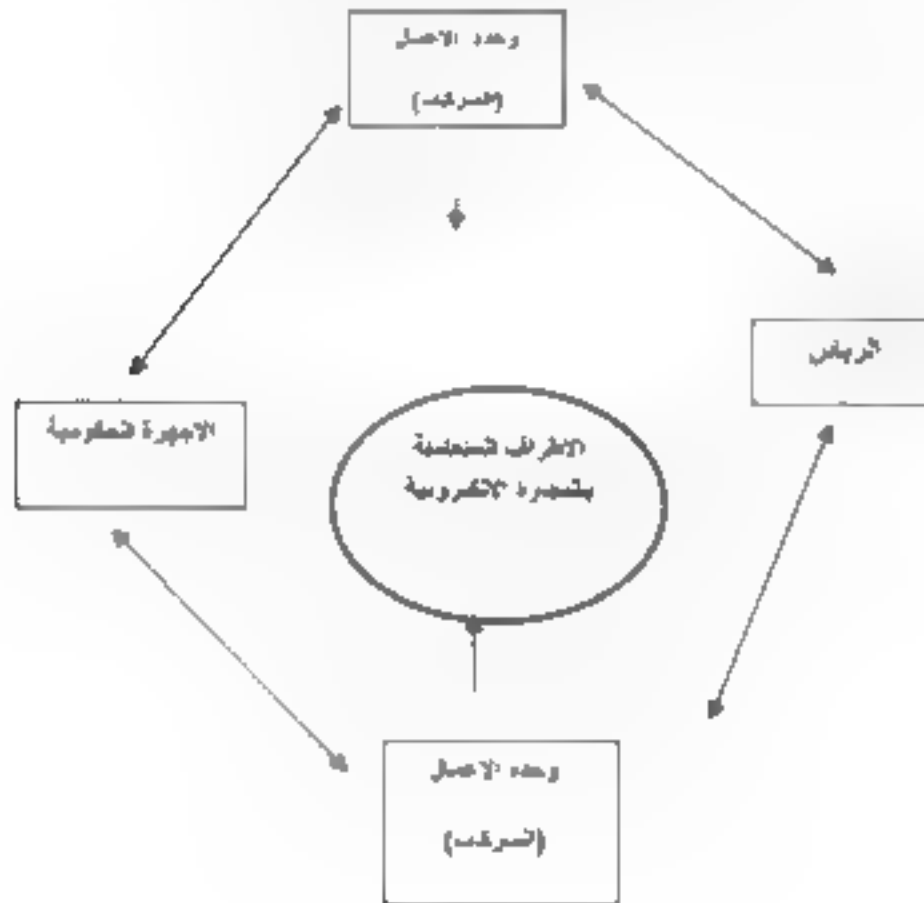
6 تعاملات بين وحدة الأعمال (شركات) والأجهزة الحكومية (BUSINESS TO GOVERNMENT B2G) ويتخصص هذا النوع من تعاملات قيام الشركات باستعرص تفاصيل عماها والموارد المستخدمة ومخرجاتها والموارد النقدية لها إلكترونياً لتسهيل الاطلاع عليها من قبل الأجهزة الحكومية مثل هيئة الصرف و قيام لشركات بيع أو تقديم خدمات إلى الأجهزة الحكومية (Robbins&Jones 2000: 19)

7 تعاملات بين لربائي مع بعضهم (CUSTOMER TO CUSTOMER) يتم هذا النوع من التعاملات عندما يقوم أحد لأفراد ببيع سلعة و تقديم خدمة إلى فرد آخر ومن الأمثلة على ذلك عندما يقوم شخص معين بوضع علامات في موقعة على الانترنت من اجل بيع لأغراض لشخصية و تقديم الخبرات وكذلك لمردات التي نوضح على الانترنت (شعبان، 2004: 49)

8 تعاملات بين الربائي ووحدة الأعمال (شركات) (CUSTOMER TO BUSINESS C2B) يتخصص هذا النوع من تعاملات الأفراد الذين يبيعون لمنتجات والخدمات لشركات. (www.arablaw.org)

9) لتعاملات بين لوائح و لاجهزة الحكومية (CUSTOMER TO GOVERNMENT) بدأ هذا نوع من التعاملات يتوسع ويتطور في لفترة الاخيرة ويتخصص هذا النوع أنشطة عديدة مثل دفع الضرائب من قبل الافراد ورسوم المعاملات إلكترونياً (عبد هادي، ٢٠٠٨: 260)

أهم الأطراف المتعاملة بالتجارة الإلكترونية



قواعد التجارة الإلكترونية على مستوى الشركات والمؤسسات:

ن التجارة الإلكترونية لكثير من العوائد للشركات والمؤسسات ومن أهم تلك العوائد هي ما يلي (قصرأوي، 2001: 13)، (رحمدجلة، حضاوية، 2001: 34)

1. التجارة الإلكترونية توسع نطاق السوق إلى نطاق دولي وعالمي مع تقليل من التكاليف فإن يوسع ي شركة إيجاد مستهلكين أكثر وموردين، فصل وشركاء أكثر ملائمة وبصورة سريعة وسهلة
2. بها تخفيض من تكاليف إنشاء ومداخلة وتوزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية
3. بها تساعد على إنشاء تجارات متخصصة جداً
4. بها تساعد على خفض كلفة الأيدي العاملة في الشركات بحلول لتجارة إلكترونية بدلاً من التجارة التقليدية عملت على إلغاء مجموعة من الوظائف التي تحتاجها الشركات بشكل كبير وكذلك التي تحتاج إلى عدد كبير من الموظفين والعاملين.
5. أنها تساعد الشركات على عادة هدية عميلاتها التجارية ومن خلال هذا التعبير فإن نتائج الساعة والموظفين ولادريين سوف يقرر إلى أكثر من 100٪
6. بها تقدم خدمة كبرى للشركات والمؤسسات في مجال تقييم دفعها وكفاءة موظفيها وسلامة وعدائية بيئتها التحتية لتقنية وبرمج لتسهيل لادري لديها
7. بها تخفيض لغزوة الرمية مابين دفع الامول والحصول على المنتجات والخدمات
8. بها تسمح بخصم المحروون عن طريق استعمال عملية سحب في نظام ذرة سلسلة التوريد فهي هذا النظام من عملية السحب تبدأ بالحصول

على طلب مجدي من قبل المستهلك وتقوم الشركة بتوريد المستهلك
بطلية من خلال التصنيع الوقي المناسب just-in-time

9. بها تساعد لشركات على ريد مبيعاتها وبشكل كبير ووصح
10. بها تخفيض تكاليف الاتصالات السلكية واللاسلكية والانترنت وحسن
مكتبر من شبكة القيمة المضافة value add not work .

لواء التجارة الالكترونية على مستوى المستهلكين:

ما بالنسبة لواء التجارة الالكترونية للمستهلكين فهي كالتالي (بور،
2002: 39)

1. تساعد التجارة الالكترونية في فهم احتياجات العملاء وبالتالي فيها تبج
حيارات لسوق مامهم بشكل واسع وهد بدورة بحقق نسبة رضا عالية
لدى الزبائن مقارنة بما تبجده التجارة التقليدية علماً ان توريد عدد
لعملاء يقابل مساحة اكبر في الاسواق للموردين
2. تساعد لتجارة الالكترونية في خلق حافز كبير لزيادة القدرة التنافسية
وتحفز لهنتمين بالابحاث لايجاد وسائل واساليب متطورة لاستخدام لقوائم
والشبيكات الالكترونية خذفة الى تحسين لدرجة المسافسة للموردين في
مجال جودة المنتج للعملاء.
3. اختصار لدورة لبحارية، و يتم بشح بشكل مباشر من المصنع الى
المستهلك النهائي مما يوفر التكاليف ويختصر الزمن بالنسبة للموردين خذفة
الى ثلية سريعة لاحتياجات المستهلكين ولا سيما لسلع المسلمة لكتروباً
كالمجلات و الصحف هد بالاضافة الى ما يترافق معها من تخفيض بالاسعار
4. انها تسمح بالاشتراك في المزايدات الافتراضية
5. انها تسمح للزبائن بتبادل الخبرات والآراء وحصول على الاستشارات من
قبل الوسطاء عبر شبكة الانترنت.

قواعد التجارة الالكترونية على مستوى المجتمع :

تتضمن قواعد لتجارة الالكترونية للمجتمع الأتي (عبد هادي ، 2000 | 26)

- 1 التجارة الالكترونية تيسر توزيع الخدمات العامة مثل الصحة والتعليم والخدمات الاجتماعية الأخرى بسعر منخفض وكفاءة عالية
- 2 انها تسمح لناس الذين يعيشون في دول العالم الثالث ان يمتلكوا مشحلات وصانع عبر متوفرة في بلدهم لاصبة ويستطيعون بصاً من الحصول على شهادات جامعية عبر الانترنت
- 3 بها تسمح للأفراد ان يعمل في مرله ويقتل من لوقت متاح للتسوق بما يعني ، ربحهم مروري قل في الشوارع وهذا يساعد على خفض نسبة التلوث البيئي.
- 4 انها تتيح لبعض السلع ان تناع بامعز رخيصة وبذلك يستطيع الأفراد صحت الدخل المنخفض من شراء مثل هذه الصانع بما يعني بها تساهم في رفع مستوى المعيشة للمجتمع ككل

التكاليف التسويقية :

1- مفهوم التكاليف التسويقية :

لقد تعددت رء ومحاولات الباحثين في وضع تعريف شامل ومحدد لمفهوم التكاليف التسويقية اذ ن هناك العديد من التعريف لهذا المفهوم يمكن تلخيص اهمها بالآتي

د عرف معهد محاسبة التكاليف والادارة بانكثير لتكاليف لتسويقية بانها تكاليف لعمليات المتعاقبة والمتتدة بعملية نهينة المنتجات لمعاً للتجهيز ونهية بعملية تحديد لبيوت المبرعة للمادة عندما يتبر استخدامها ثانية

(نكري، 2002: 367) وعرفت التكاليف التسويقية أيضاً بأنها تكاليف تخرب
المنتجات لمخاطرة البيع وبمعناها في المستهلك (Cannon, 1966: 65)

أما Malz&Curry فقد عرفوا التكاليف التسويقية بأنها 'تتبع لمصاريف
التي تبدأ عند انتهاء تكاليف التصنيع أي عندما يتم إكمال صنع المنتجات
وتصبح في حالة قابلية للبيع وتشمل المصاريف المتعلقة ببيع وتصريف المنتجات
(Malz&Curry, 1972, 33)

بينما يعرف Moscové تكاليف التسويقية بأنها كل التكاليف ذات
لعلاقة المباشرة بتسويق منتج لشركة لحين وصوله إلى المستهلك مثل
مصاريف تخزين ورواتب رجال البيع والإعلان ومصاريف التوزيع' (Moscove, 1985: 89)
التسويقية بأنها 'كافة التكاليف المتعلقة بالنشاط التسويقي للشركة والتي تتحملها
بعد الانتهاء من عملية الإنتاج والتي تخص تكاليف الإعلان والتوزيع والتخزين
والتوزيع واسع ونقل ودراسات والبحوث التسويقية وغيرها من التكاليف
المرتبطة بالنشاط التسويقي

ب- تعريف التكاليف التسويقية :

هناك العديد من الأساليب التي يمكن اعتمادها في ترميز التكاليف
لتسويقية دون هدف من ترميز التكاليف التسويقية هو تحديد تكلفة كل
نشاط من الأنشطة التسويقية لمجموعة خاصة بالشركة بهدف حكام الرقابة
عليها والعمل على خفضها ومخاطرة الإصراف والضياع لها وبما يساهم مع
الهدف الذي تسعى إدارة الشركة إلى تحقيقه

وساداً إلى هذا المفهوم فإن Slack يرمز التكاليف التسويقية إلى ما يلي
(Slack, 1974: 972)

أ- نفقات البيع والتي تشمل لمصاريف إدارية وعمولة لوكلاء ورواتب
لعمالين في قسم البيع ومصاريف التأمين والضرائب وغيرها

2 صفات التوزيع والتي تشمل تكاليف تخزين ورونت اعماليين فيها
واندثارات المباني ومصاريف الشحن والماء والكهرباء.

ما Moscové يرى بان التكاليف التسويقية يمكن ان تنوب وظيفياً في
الآتي : (Moscove,1985:87)

1 لتكاليف مالية وتشمل لهرنت ولأمان حيث تحمل على محزون
لإنتاج تام الصنع

2 تكاليف تخزين وتشمل تكاليف ضمان لسيارة والمواد المساعدة وكلفة
ماسك سجلات المحازن

3 كلفة تحرير المبيعات وتشمل لإعلان والترويج وادعاية وابحوث
التسويقية

4 كلف لجميع لطلبات وتشمل كلف لموظفين الذين يقومون بعداد
مذكرة شحن الطلية

5 كلفة تنمية والتعبئة وتشمل كلفة عداد لمتاح للشحن

6 تكاليف التوزيع ونقل وتنقسم تكاليف نقل وتوزيع لمنتجات
للمستهلك

7 تكاليف ماسك حسابات المدينين وتنقسم كلفة اعداد لقائمة ورساء
بالبريد وتسجيل مدهوعات المستهلكين .

8 لتكاليف الادارية وتنقسم مصاريف بشرف لعام ومصاريف لصيانة
ومصاريف الاعداد

وهذا من ينوب لتكاليف لتسويقية حسب طبيعتها كالآتي

(البكري، 2002، 367)

1 التكاليف التسويقية مباشرة وهي لتكاليف التي ترتبط ارتباطاً مباشراً

بالمنتج والتي يمكن تخصيصها ونوريمها مباشرة عليه او توسط ارتباطاً

مباشراً بالاقسام او بالمناطق التوزيعية (المعرفية) والتي يمكن ربطها

مباشرة إلى منطقة توزيع معينة و قسم معين فمثلاً تكاليف لعنة
والتعليق تعد بمثابة تكاليف تسويقية مباشرة تخص المنتج لدى سداد
من هذه الخدمة وكذلك تكاليف الإعلان ورواتب وحوث لبيع والتأمين
وكافة المصاريف التي يمكن ربطها مباشرة بمنطقة توزيع معينة أو قسم
معين

2. التكاليف التسويقية لغير مباشرة - وهي تلك التكاليف التي ترتبط بالكثير
من جهة و نشاط ي بها تكاليف مشتركة بين مناطق لتوزيع أو بين
المنتجات أو بين طبقة لرباش مثل مصاريف الماء والكهرباء والادارة
وخدمات البيع والتدثار سيارة المبيعات .

ويمكن تيوب لتكاليف لتسويقية أيضاً حسب النشاط وفقاً للعلاقة
بمجم المبيعات وكالاتي: (الرجبي، 2003: 140)

1. لتكاليف التسويقية الثابتة - وهي لتكاليف التي لا تتغير مع لتغير في
حجم المبيعات في حدود بطاقة لتسويقية لمناحة وحسباً ما ترتبط بالرمز
كثير من رتبها بمجم مبيعات مثل رواتب المدرء والموظفين بالاقسام
لمختلفة لادارة المبيعات والمخازن المركز والمعارض لتسويقية والمخازن
واستهلاك سيارات نقل المبيعات واستهلاك المباني والمعدات المستخدمة

2. لتكاليف لتسويقية المتغيرة - وهي تلك التكاليف التي تتغير طردياً مع
لتغير في حجم مبيعات مثل مصاريف لتعبئة والتعليق وعموية وكلاء
ليبع وتكاليف شحن ونقل المبيعات

وتيوب التكاليف لتسويقية ايضاً حسب لوظائف المؤدة من قبل المنظمة
ويعد هذ لتيوب من كثير الأساليب شيعاً في تيوب التكاليف لتسويقية فكل
وظيفة في الشركة تتحمل تكاليف معينة جزم. داتها لذلك لتشاط وعموم
تكاليف هذه لتشطة تتمثل تكاليف لتسويق التي تتحملها الشركة بصورة
هامة و اعتماد هذه لطريقة سيختلف من شركة لآخري تبعاً لعدد لوظائف

التي تؤدي من قبل كل منها والتي تحددها عوامل محسنة كان يكون حجم الشركة
و أسلوب العمل المستخدم و التنظيم الداخلي و الموارد المالية المتاحة وغيرها
خصائص التكاليف التسويقية :

تتميز التكاليف التسويقية بخصائص تختلف بها عن تكاليف الإنتاج من
أهم هذه الخصائص ما يلي : (Davis,1961:259)

1. ثثار معظم سود التكاليف التسويقية بأنها غير مباشرة الأمر الذي يؤدي
إلى صعوبة ربطها بتكلفة المنتج النهائي بعكس تكاليف الإنتاج
2. تأثير التكاليف التسويقية بعوامل خارجية متعددة مثل فترات الرواج
والكساد في السوق وتغير النمط الاستهلاكي والموضة وظهور منتجات
جديدة وتدخول الحكومة بالتشريعات المختلفة بلحد من الاستيراد
والتصدير أو تحديد أسعار بعض المنتجات
3. صعوبة تحديد لفترة الزمنية المناسبة من التكاليف التسويقية
4. صعوبة قياس نتائج التكاليف التسويقية على درجة الدقة فمن طبيعة
لتكاليف التسويقية أنها ذات تأثير طويل الأمد وهذا ما يجعل معرفتها
كثيراً في قياس نتائجها على امتداد تلك المدة
5. صعوبة ترجمة التكاليف التسويقية من الخصائص التي ثثار بها هذه
لتكاليف هو عدم إمكانية ترجمتها
6. تعدد طرق تحميل ونوزيع التكاليف التسويقية على وحدات لتكلفة ذلك
هناك طرق مختلفة لتحميل التكاليف التسويقية وكالاتي
- لتحليل حسب خطوط الإنتاج بمعنى تحليل التكاليف التسويقية على
سائر المنتجات الرئيسية

• لتحليل حسب حجم المبيعات. - التحليل حسب مناطق البيع : ويتم هذا التحليل وفق المناطق الجغرافية لتوزيع المنتجات التحليل حسب مجال البيع

• لتحليل حسب الربائش ويتم هذا التحليل حسب مجموعة الربائش و بحسب حجم التعامل

الجانب التطبيقي للدراسة

يتناول هذا البحث عرض البيانات التي أظهرتها استمارات الاستبيان وتحليلها فيما يخص التكاليف التسويقية والتجارية الالكترونية وتم تصنيف تلك التكاليف في الاستثمار في أربعة متغيرات رئيسية انسجاماً مع مشكلة وهدفية الدراسة وبما يحقق هدف المطلوب من تلك الدراسة ولقد استخدم الباحث لهذا العرض مقياس ليكرت خماسي 'لدي بشروع بين 'اهلي ورن له للمفردة (تفق تماماً أعطيت 5 درجات) ، إلى 'وطاً ورن له للمفردة (لا تفق تماماً وأعطي 1 درجة) ، وبشيها ثلاث أورد 'أخرى هي (تفق أعطيت 4 درجات، تنق إلى حد ما أعطيت 3 درجات، لا تفق أعطيت 2 درجة) ليمثل حقول الإجابات لأخرى بعد ذلك تم عمل جدول التوزيعات التكرارية لمتغيرات الدراسة لاعتماد هذه النوع من الجدول لإعرض عميقة لتحليل الإحصائي للحصول على الأوساط الحسابية للموردية ، ولانحرافات لمياريه واعتمد الباحث أيضاً على لوسط الحسابي لفرعي 'البلغ (3) كمعيار من حل قياس وتقييم لدرجة التحصيل شيها فيما يخص متغيرات الدراسة وبعد إجراء المعالجة والتحليل الإحصائي تم الحصول على الأوساط الحسابية للموردية ولانحرافات لمياريه لاجابات المبحوثين وبالشكل التالي :

أولاً - تكاليف الإعلان والترويج :

يشير الجدول (1) إلى التحليل الإحصائي لاستجابات المرادعية الدراسة حول تر استخدام التجارة الالكترونية على تكاليف الإعلان والترويج ، و

يتضمن الجدول المذكور الأوساط الحسابية لموردية والاحرفات لمعية
ولاهمية لسية

جدول (1) تكاليف الإعلان ولترويج

| تصنيف | تعدد | معدلات التوزيع | | | | | | | معدلات التوزيع |
|-----------------------------|------|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|----------------|
| | | معدل معدل | معدل معدل | معدل معدل | معدل معدل | معدل معدل | معدل معدل | معدل معدل | |
| معدل التوزيع | X1 | 4 | 10 | 3 | 7 | 0 | 145 | 69.17% | 1.125 |
| | X2 | 8 | 6 | 5 | 16 | 9 | 35 | 70.00% | 1.500 |
| | X3 | 0 | 5 | 4 | 5 | 0 | 38.1 | 76.67% | 1.250 |
| | X4 | 5 | 5 | 6 | 3 | 1 | 35 | 69.7% | 1.375 |
| | X5 | 0 | 0 | 11 | 4 | 1 | 2 | 41.8% | 1.125 |
| معدل التوزيع المعدل = 1.125 | | | | | | | | | |

ويتضح من النتائج الواردة في الجدول (1) ما يأتي

- 1 إن لوسط الحسابي لموردية تكاليف الإعلان ولترويج بلغ (1.23) بالاحرفات معديري بلغ (1.36)، ونسب إن لوسط الحسابي الموردون أكبر من معيار لاحتبار (أي الوسط الحسابي العرضي) البالغ (3)، وهذا يعني بأن هذا المتغير يعد متغيراً واضحاً لأفراد هيئة الدراسة
- 2 بلغت لأهمية لسية هذا المتغير (54.5) من وجهة نظر المستجيبين، ويمرر ذلك إلى قوة امتلاك أفراد هيئة لدرسة لتصور حول أهمية متغير تكاليف الإعلان ولترويج في مجتمع لدرسة، مما يعني تبني مجتمع لدرسة عدد المتغير

على المستوى التفصيلي قد حققت ارتفاعاً في الوسط الحسابي للوردون
 مع بعي قوة تبي مجتمع 184.2622 في فقرات لتعبير وهي (وهذا يعني
 أنها أكبر من معيار الاختيار (الوسط الحسابي 46.3638، 33.33) الدراسة
 لمدة لفقرات وبلغت الاوسط الحسابية على الترتيب لفرعي (لبيع (3) ،
 وذلك لتتبع ان (اهمية النسبة بل فقرات اعلاء (69 17 ، 70 ، 79 67 ،
 66 67 /) وكانت معاملات الانحرافات المعيارية للفقرات اعلاء (10 1 ،
 15 ، 12 ، 13) مما يدل على قوة تبي مجتمع الدراسة لمتغيرات هذه اعلاء
 فقد كان الوسط الحسابي لها (2) و ان لاهمية النسبة لها (40)
 والمحرف المعياري (0 93) وذلك يدل على ضعف تبي مجتمع (36) ، 4 اما
 الفقرة الدراسة لمدة الفقرة

ثانياً - تكاليف التخزين والتوزيع :

يشير الجدول (2) الى التحمل الاحصائي لاستعدادات فردية الدراسة
 حول نر استخدام لتجارة الالكترونية على تكاليف الخزن وتوزيع ، د
 يتضمن الجدول المذكور الاوسط الحسابية للوردون والانحرافات المعيارية
 و لاهمية نسبية

جدول (2) تكاليف الخزن والتوزيع

| 1 | نوع الفرق | تكاليف فردية | | | | | | المتوسط الحسابية | |
|-------|--------------|--------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|----------------------|------------------|
| | | كل مجموع | كل مجموع | مجموع = | كل مجموع | كل مجموع | كل مجموع | الاهمية النسبية % | المتوسط الحسابية |
| 2 | 36 | 0 | 1 | 1 | 4 | 1 | 2 | 14.29% | 2.14 |
| | 37 | 0 | 1 | 1 | 4 | 1 | 2 | 14.29% | 2.14 |
| | 38 | 0 | 1 | 1 | 4 | 1 | 2 | 14.29% | 2.14 |
| | 39 | 0 | 1 | 1 | 4 | 1 | 2 | 14.29% | 2.14 |
| | 40 | 0 | 1 | 1 | 4 | 1 | 2 | 14.29% | 2.14 |
| مجموع | | 0 | 5 | 5 | 20 | 5 | 10 | 50.00% | 4.29 |

ويتضح من النتائج الواردة في الجدول (2) ما يأتي :

- 1 أن الوسط الحسابي لموردون المتغير تكاليف تخزين والتوزيع بلغ (191) بالمحرف المعياري بلغ (115)، وتبين أن الوسط الحسابي لموردون قل من معيار الاختيار (أي الوسط الحسابي لفرصتي) لبالغ (3)، وهذا يعني ضعف تبني متغير من قبل مجتمع الدراسة، وبلغت لأهمية النسبة لهذا المتغير من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة (17 38%).
فقد حققت انخفاضاً في الوسط الحسابي للموردون 6 7 8 9 10.
- 2 تشير النتائج الانعكاسية هذا للمتغير ن فقرت المتغير وهي (ولدي بلغ على التوالي (263 ، 196 ، 15 ، 125 ، 221) عن معيار الاختيار البالغ (3)، وذلك استنتج أن الأهمية النسبة هذه لفقرت من وجهة نظر فرد عينة لدراسة بلغت على التوالي (525 / ، 17 39 / ، 30 / ، 25 / ، 44 /)
- 3 بلغت معاملات الانحرافات لمعيارية للفقرت اعلاه (0.96 ، 1.3 ، 1.14 ، 0.84 ، 0.97) وهذه النتائج تؤكد على أن أفراد عينة الدراسة متفقون على ضعف تبني مجتمع الدراسة لفقرت اعلاه مما يعكس على جانبهم

ثالثاً - تكاليف البيع :

يشير الجدول (3) إلى التحميل لإحصائي لاستجابات أفراد عينة لدراسة حول أثر استخدام التجارة الإلكترونية على تكاليف البيع، إذ يتخصص جدول المذكور لوسط الحسابية لموردون و الانحرافات المعيارية و لأهمية النسبية

الجدول (3) تكاليف البيع

| المتغير | المتغير | تكاليف البيع | | | | | | | المتغير |
|---------|---------|--------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | | المتغير | المتغير | المتغير | المتغير | المتغير | المتغير | المتغير | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |

ويوضح من النتائج الواردة في الجدول (3) ما يأتي

- 1 تشير النتائج إلى أن الوسط الحسابي لمورد المتغير تكاليف بيع مع (297) ، بمعرف معياري بيع (4) ، وبين أن لوسط حسابي لمورد قل من الوسط الحسابي العرشي لبايع (3) . وهذا يعني بأن المتغير بعد متغيراً غير واضحاً للأفراد عينة الدراسة
- 2 بلغت الأهمية لسمية هذا المتغير نفع (99%) من وجهة نظرهم . ويعود ذلك إلى انخفاض مستوى إدراك أفراد عينة دراسة لأهمية

لتعتبر على مستوى عمل مجتمع الدراسة، ويعود ذلك إلى ضعف تبي
فقرات بالتغير من قبل مجتمع الدراسة

قد حققت ارتفاعاً في أوساطها الحسابة إذ بلغت (313 . 363)
بالحرز 1 \ 13 \ 3 تشير النتائج تفصيلية هذا التغير من فقرات معياري
بلغ (22 ، 158) وكانت لأهمية النسبية هما (625 ، 725) ، وذلك
يدل على قوة تبي مجتمع الدراسة لهاتين الفقرتين .

هذا حققت انخفاضاً في وسطها الحسابة المرونة إذ بلغت (267 .
279 ، 263) (بالحرز معاري 12 \ 11 \ 14 . ما لفقرات بلغ على
التولي (34 ، 76 ، 31) . وإن لأهمية نسبية هذه الفقرات من وجهة
نظر عية لدرسة بلغت (33 53 ، 83 55 ، 525) وهذه النتائج تدل
على ضعف تبي مجتمع الدراسة لفقرات اهلاء

رابعاً تكاليف الدراسات والبحوث التسويقية يشير الجدول (4)
إلى التحميل لإحصائي لاستجابات أفراد عينة لدراسة حول أثر استخدام
لتجارة إلكترونية على تكاليف الدراسات والبحوث التسويقية، يتضمن
الجدول المذكور الأوساط الحسابة المرونة والحرزات لمعيارية ولأهمية
نسبية

الجدول (4) تكاليف الدراسات والبحوث التسويقية

| المتغير | م نوع | تكاليف حزم تسويقية | | | | | تسويات آتية | | |
|---|----------|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------------|----------|----------|
| | | X_1 | X_2 | X_3 | X_4 | X_5 | م نوع | م نوع | م نوع |
| تكاليف التسويق | X_1 | 7 | 6 | 3 | 5 | 0 | م نوع | م نوع | م نوع |
| | X_2 | 11 | 4 | 8 | 3 | 9 | م نوع | م نوع | م نوع |
| | X_3 | 11 | 11 | 2 | 6 | 6 | م نوع | م نوع | م نوع |
| | X_4 | 3 | 4 | 4 | | 0 | م نوع | م نوع | م نوع |
| | X_5 | 11 | 6 | 6 | 1 | 0 | م نوع | م نوع | م نوع |
| البيانات الحسابية للمورد: 1. احسب المتوسط الحسابي، 2. احسب الانحراف المعياري، 3. احسب التباين | | | | | | | | | |

ويوضح من النتائج الواردة في الجدول (4) ما يأتي

1. تشير النتائج إلى أن متوسط الحسابي لمورد تكاليف الدراسات والبحوث التسويقية بلغ (37.3) بالانحراف المعياري بلغ (1.35)، وثبت أن متوسط الحسابي لمورد كبير من متوسط الحسابي المقترح، نتائج (3) ، وهذا يعني أن المتغير بعد متغيراً وصحاحاً لإفرد حبة الدراسة

2. بلغت الأهمية النسبية لهذا المتغير (33.67) من وجهة نظرهم، ويعود ذلك إلى ارتفاع مستوى إدراك أفراد حبة الدراسة لأهمية المتغير على مستوى عمل مجتمع الدراسة وتبني هذا المتغير من قبلهم

قد حقت ارتفاعاً في أوساطها الحسابية إذ بلغت (3.5 ، 4.25)،

(4.13 ، 16x19 ، 20x3) تشير النتائج لتوصيلية هذا المتغير أن الفترات (1.25 ، 1 ، 0.89) وكانت الأهمية النسبية لها

(70٪، 185 ، 182 5) وذلك يدل على قوة نبي مجتمع الدراسة لهذه المتغيرات. قد حققت الفحوصات في اوساطها الحسابية الموزونة اذ بلغت (2.29، 2.67) بالمخارج ميلاري 17 x 18 x 4 - اظهرت نتائج ان الفقرات (بلع على التوالي (16 ، 17) وكنت الالهية لسياسة هذه الفقرات من وجهة نظر عينة الدراسة (83 ، 45 ، 33 ، 53) . وهذه النتائج تدل على ضعف نبي مجتمع الدراسة للفقرات اعلاه

الاستنتاجات :

- 1 ظهرت نتائج التحليل (حصاني حول متغير تكاليف (إعلان والترويج بان لشركة المدروسة تسمى من خلال استخدام التجارة الالكترونية في تسويق منتجاتها الى تخصيص تكاليف (إعلان من منتجاتها وتخصيص رواتب وحوار ومكافآت موظفين ولعمليين في قسم (إعلان وتخصيص كلفة لمرجع والدورات التدريبية التي تقام في قسم (إعلان .
- 2 ن لشركة لانسعى الى قسم فاعية (إعلان من خلال استخدام التجارة الالكترونية اي بها لا تقوم بعمل مقدرة ما بين المبالغ التي انصفت على الخدمة الاعلانية لمتوجاتها وبما تم تحقيقه من نتائج
- 3 ظهرت نتائج التحليل (حصاني حول متغير تكاليف (إعلان والترويج بان لشركة لا تسعى الى الاستفادة من مواردها استخدام التجارة الالكترونية في تقليل محروقات الشركة ورواتب وحوار العاملين في المحارن وتخصيص تكاليف لسمير الى الاسواق المستهدفة وتخصيص مصاريف التأمين على المحارن ومصاريف لادوات لكتيية واستهلاك لكتائس والمعدات المستخدمة في المحارن
- 4 ظهرت نتائج التحليل (حصاني حول متغير تكاليف لبيع بان الشركة تسمى من خلال استخدام التجارة الالكترونية الى زيادة الحصص لسوقية لمبيعاتها وبيع منتجاتها باسعار تنحسية تدعم لموقف التنافسي ها

- 5 ن لشركة لانسعى من خلال استخدام التجارة الالكترونية لى تقليل روتب و جور ومكافآت رجال لبيع وسدوبي المبيعات بشركة ونحميض مصاريف دارة المبيعات ومصاريف سعر وانتقال رجال البيع
- 6 ظهرت نتائج لتحليل الاحصائي حول متغير تكاليف الدراسات والبحوث لتسويقية بان الشركة تسعى من خلال استخدام التجارة الالكترونية لى تقليل روتب و جور ومكافآت الموظفين والعاملين في قسم بحوث لتسويق
- 7 ن لشركة نهتم ونسمح بتبادل الخبرات والآراء مع لزمائن من خلال استخدام التجارة الالكترونية والحصول على اي مسمار او مشارة من قبلهم .
- 8 ن لشركة نهتم من خلال استخدام التجارة الالكترونية بتببية احتياجات ومتطلبات الزبائن وتحقيق اعلى درجات الرضا لديهم
- 9 ن لشركة لا تأخذ بظر لاعبر عدد استخدام التجارة الالكترونية مسألة تخفيض تكاليف البحوث والدراسات لتسويقية ونحميض روتب ومكافآت الخبراء والمستشارين العاملين في مجال التسويق

التوصيات :

- 1 ن تسعى الشركة المدروسة لى زيادة مستوى دراك ومهم جميع الموظفين واعدمين في الشركة لمفهوم التجارة الالكترونية ومقوماتها وخصائصها ومربا ستخدمها من خلال قامة لرامح ولدورات لتدريبية وت لصلة بالموضوع .
- 2 ضرورة قيام لشركة بلباس داعية الاعلان بشكل دوري من خلال مقارنة لنتائج لتحقيق من استخدام التجارة الالكترونية في الاعلان عن متجانها مع المبالغ التي انفقت لهذا الغرض
- 3 ضرورة ان نهتم لشركة بمربا وموائد استخدام التجارة الالكترونية في تخفيض مخرون لشركة وروتب وجور لعاملين في المخارن ونحميض

مصاريف التأمين على المعادن والادوات المكتنية والمعدات والاجهزة
المستخدمة في المخازن

4. ن تستفيد لشركة من مائع تطبيق التجارة الالكترونية في تخفيض رواتب
واجور ومكافآت رجال البيع ومسويي المبيعات وتخفيض مصاريف ادارة
المبيعات ومصاريف سفر وانتمال وجمال البيع
5. ان تسمى الشركة من خلال استخدام التجارة لانكروية الى تقليل كلف
للدراسات والبحوث التسويقية وتخفيض رواتب واجور ومكافآت الخبراء
والمستشارين العاملين في مجال التسويق .

التجارة الإلكترونية بين الواقع والحقيقة

أحدثت ثورة تكنولوجيا معلومات والاتصالات قفزة نوعية في تنوع
المجموعات وأساليب والطرق في الترويج للمنتجات والخدمات، ففتح الباب على
مصرحة للمنافسة الحرة في عالم لا تحكمه إلا سمات لغة الناس أولاً
وبالأحرار ثانياً، بالاعتماد على مستويات المحطمة والمجازفة المحسوبة وعبر
المحسوبة هذا التطور لسريع فتح المجال أمام دول العالم في تسويق
منتجاتها وخاصة الدول لديها التي تسعى جاهداً لتحقيق التقدم في رفع
معدلات النمو الاقتصادي ورفع الكفاءة الإنتاجية وذلك عن طريق خلق فرص
عمل جديدة

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أهم القطاعات الاقتصادية
الحديثة ذات المعدلات نمو المسارعة لذلك يتطلب من الحكومات في تهيئة هذا
القطاع كما يجب في بناء القاعدة التحتية اللازمة من جهة ومن جهة ثانية فلا بد
من إعداد الكوادر البشرية المهيأة لاستلام زمام الأمور والانطلاق في هذا القطاع
الاقتصادي الهام هذا يعني على الحكومات الحد من هذا القطاع بالعناية كما
يستحق وذلك من خلال تشجيع الدراسة وتهيئة التعليم المناسب

أخذ استخدام الإنترنت فيما بين الشركات المتعددة حسيه حدلاً وسعاً،
على الصعيد المحلي وعلى الصعيد العالمي توصلت هذه الشركات مشاورتها
ضمن منظمة التجارة العالمية (نفاث) إلى حد عتار استخدام شبكة الإنترنت
شرطاً أساسياً من شروط الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية ولذلك يتوجب
معظم دول العالم التي تتعامل مع التجارة الإلكترونية والتي هي أعضاء في منظمة
التجارة العالمية السعي والتطور في القوانين التجارية والاقتصادية ومطوور
ممارستها وبالحدود القانونية المتاحة لها

ما زالت معظم دول العالم مختلف دول فيما بينها من حيث استخدام شبكة الإنترنت وذلك عائد إلى اختلاف القوانين السائدة، بالإضافة إلى العادات والتقاليد والنظم التربوي المنطبق في تلك البلدان ملاحظ الاستخدام محدود للإنترنت في بعض البلدان أو يطبق نظام التقييد بدوغي أمنية وأخرى جماعية، في حين أن بلدان أخرى والتي دخلت الإنترنت قد قطعت شوطاً كبيراً ومبرراً في محاولة لتأقلم والتعايش مع هذه الظاهرة

ويستفاد نظره سريعة على واقع استخدام التجارة الإلكترونية في الدول العربية والبلدان التي سبقتها في توظيفاتها، ملاحظ وحدة من أهم مشكل التجارة الإلكترونية وهي مدى سعة الخدمات المصرفية المتوفرة عبر شبكة الإنترنت ومدى الثقة بها ومن ثلاث للفرار لزيادة التطرد في السنوات الأخيرة لعدد المستخدمين العرب للإنترنت . ودخول الكثير من الدول العربية التي كانت تصنع خطوطاً حمراء على مثل هذا النوع من التعامل

نشأت وتطور التجارة الإلكترونية:

سمى من خلال هذه الدراسة المتروصة، إعطاء صورة عن خصائص وسمات التجارة الإلكترونية، التي تحتل بين قطاعات الأعمال لاقتصادية، الحجم الأكبر من بين التعاملات (إلكترونية) لكية حيث وصلت نسبتها إلى حوالي 80٪

لقد مرت التجارة الإلكترونية بين قطاعات الأعمال لاقتصادية إلى أن وصلت إلى هذا الحد من التعامل ثلاث مراحل أساسية بدأت منذ بدء استخدام أجهزة الكمبيوتر في المؤسسات والمنشآت الاقتصادية.

لمرحلة الأولى وهي تعتبر مرحلة الارتباط بين شركات توريدية والموردين (Suppliers) أي بين شركة، الأم والمزود التي تسعها

أما المرحلة الثانية فقد بدأت بالتبادل الإلكتروني بين الشركات برقسية
ومختلف الموردين Electronic Data Interchange وذلك من خلال استخدام
شركات لقيمة المضافة Value Added Networks .

للمرحلة الثالثة وهي مرحلة التبادل الإلكتروني للوثائق وإيجار كافة
المعاملات التجارية على شبكة الإنترنت Electronic Commerce وتعتبر المرحلة
المرحلة من التعامل.

في هذه المرحلة بدأ في استخدام نظام التبادل الإلكتروني للوثائق EDI ،
حيث حققت مزايا كثيرة ومتنوعة للشركات والمؤسسات لأقتصادية على
مختلف أنواعها مذكر من هذه المزايا تخفيض التكلفة في إيجار المعاملات التجارية
وتحقيق دورة تجارية في وقت قصير من خلال تطبيق النظم الخاصة بالإنتاج
المؤقت، مما يسمح في زيادة كفاءة العمليات الإنتاجية والتجارية وعد بدوره
يساعد على فتح الأسواق في سبيل استقطاب العملاء المحدد مع إمكانية
لاحتفاظ بالعملاء الحاليين وهو بدوره يعزز مكانة الشركة في زيادة القدرة
التنافسية أمام لشركات المنافسة التي دخلت السوق حديثاً

ومن مزايا هذه المرحلة الرأية أبع نظام التبادل الإلكتروني للوثائق
EDI الذي عزز إمكانية خلق تجمعات اقتصادية متكاملة تعمل على تخفيض
التكاليف الثابتة والمتغيرة على سواء من قسطية أجور البريد ومرسلات
تجارية، وبالإضافة إلى إنها عممت على الإسراع في فترة دوران المحروون والطلب
عبر مما قلل من تكلفة العمليات الإجارية المتبعة على الحاسب الآلي من
إدخال و طباعة ومراجعة وغيرها من العمليات المرتبطة بتنفيذ العقود وعقد
الصعقات التجارية الإضافية

وكذلك عمل نظام التبادل الإلكتروني للوثائق EDI على تحسين لتدفقات
المالية و لقيمة للشركة ومساهم في وتقليل لأخطاء و ضمان وتأكيد المعاملات
بينها

ومن المربى الأخرى التي يحققها نظام لتبادل الإلكتروني بلونائق FDI هو
تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية وزيادة القدرة التنافسية بين الشركات،
بالإضافة إلى زيادة حجم التبادل بين المؤسسات التجارية

قبل البدء في شرح مفهوم التجارة الإلكترونية لا بد أن نطرح على أنفسنا
السؤال التالي ما هي السمات التي يجب توفرها في منظومة العمل التي نعتمدها
لتجارة الإلكترونية؟ مفهوم به عند التحول من نظام ما إلى نظام جديد فلا بد
من تعميم طبيعة النظام الجديد وحصلته في التعامل والقبول في هذا النظام من
أجل المساهمة في إنجاحه و بطلافاً من معطيات التعامل مع نظام العمل الذي
نعتمده اتجارة الإلكترونية والذي يتصف بالسمات الآتية

- اعتماد كبير على تكنولوجيا المعلومات سواء كان بالنسبة للمؤسسات
الإلكترونية وتطبيقاتها أو الاتصالات على مختلف أنواعها
- يتطلب إعداد هيكلية الكادر في المؤسسات التجارية وإعادة توزيع
الوظائف فيها ومع لأحد يجب الاعتناء بعمل المهارة والكفاءة المتميزة
ومع التركيز الشديد على مهارات استخدام تكنولوجيا المعلومات
- الكفاءة الكاملة لجميع العمليات الإدارية داخل المؤسسة أو بين المؤسسة
وجميع عناصر القيمة المضافة
- ملاحظ انخفاض كبير في حجم العملة مقدرة مع حجم العمليات التي
يتم تنفيذها بل أن الاتجاه لأعلى هو التحول إلى نوع آخر من العملة
- ملاحظ لمتحدث التي يتم تدوّلها هي منتجات حسب الطلب. لذلك
تتميز هذه العمليات بالكفاءة الإنتاجية
- تخصص المساحات المخصصة للمكاتب لإدارة العمليات التجارية نظراً
لانعحصار التعامل الورقي والاعتماد على الوسائط الإلكترونية
والمحاسبية والرقمية في تخزين وتبادل البيانات

- لشعاعية والوصوح في كافة المعاملات التي تجرية المؤسسة التجارية مع لأحد بعين لا اعتبر ضرورة استخدام تقنيات المعلومات وإيضاها لكافة المستويات، التي تطلبها وتقديمها وتعريفها بلعبها أدء عملية البحث
- بات اليوم رتكار عميات لشركة التجارية يتسحر حول كسب العمل من خلال بناء منظومة تكمل تعامل بدكي معه ليلية متطلباته وإشاع رغباته من أجل المحافظة عليه

تعريف التجارة الإلكترونية

بناء على ما تقدم بدأ ما هي لتجارة الإلكترونية؟ وكيف يستطيع أن يفهم هذا النوع من التعامل؟ وكيف يستطيع القيام بعملية التحول للدخول فيها؟ وأين هي في وطن العربي؟ كل هذه الأسئلة وغيرها تطرح نفسها للإجابة ما هي لتجارة الإلكترونية إلا واحدة من أهم لتعابير حديثة التي دجنت قاموسا لاقتصادي بقوة وقد أصبح هذا المفهوم متداولاً في الاستخدام اليومي، وذلك للتعبير عن العديد من الأنشطة، الأساسية المرتبطة بثورة تكنولوجيا صناعة المعلومات والاتصالات

هذا المصطلح لم تسور صورته بالشكل القاطمي مسارل محط حدل بين لباحين لاقتصاديين إلا إنا يمكن أن ندوله من خلال التسمية التي تطلق عليه، لتجارة الإلكترونية والتي تنصص كلمتين الكلمة الأولى وهي عبة عن لتعريف كلمة لتجارة عبارة عن ذلك المصطلح الذي تعلق لتعبير عن أي نشاط اقتصادي يقوم به (مسار في أي مكان من العالم بمرص تحقيق لربح من خلاله، ويتم من خلاله تداول لبيع والخدمات بين لأفراد والمؤسسات والحكومات ونحكم هذا النوع من التعامل القوانين والأنظمة المشرفة مثلا منات ليسين بالإضافة إلى ما يسمى العرف التجاري لساند في لاجتماعات وبين لأفراد الذين يمارسون هذا النوع من النشاط

أما الكلمة الثانية للإلكترونية وهي صفة لكلمة التجارة ، أي هي نوع من التوصيف لطريقة ممارسة نشاط اقتصادي، ويقصد به هنا أداة لنشاط تجاري باستخدام لوسائل وأساليب الإلكترونية، وحيث تعتبر الإنترنت والشبكات العالمية والمحلية أهم هذه الوسائل.

نظراً بتطور سريع اندي طرا على مفهوم التجارة الإلكترونية في التطور المتسارع ظهرت العديد من التعريفات، وكل منها يشوبها من جانب معين محدود سردها من أهم هذه التعاريف والتي تم تناولها بكثرة في الأدبيات الاقتصادية في الصحف اليومية وعلى صفحات الويب من أجل الوصول إلى تعريف عام يتفق مع دراستنا وطريقة تناولنا للموضوع ومن هذه التعريفات المذكور

- التجارة الإلكترونية هي مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات، بوسائل إلكترونية
- التجارة الإلكترونية هي وسيلة مرونة لعملية التجارية بين الشركاء التجاريين استخدام تكنولوجيا المعلومات لتطورة عرض دفع كفاءة وفعالية الأداء.
- التجارة الإلكترونية هي استخدام تكنولوجيا المعلومات لإيجاد الروابط الفعالة بين الشركاء في التجارة
- التجارة الإلكترونية هي منهج حديث من أجل في عملية البحث واسترجاع المعلومات لدعم لاتخاذ قرار الأفراد والمنظمات في الأعمال موجهة إلى التعامل مع السلع والخدمات بالسرعة الممكنة بالاعتماد شبكات الاتصالات المحلية والدولية
- التجارة الإلكترونية هي شكل من أشكال التداول التجاري باستخدام شبكة الاتصالات بين شركات بعضها لبعض من جهة وبين الشركات وعملائها أو بين الشركات وبين الحكومات

- **التجارة الإلكترونية** هي مبيع من تكنولوجيا والخدمات للإمرع بأداء التبادل التجاري وإيجاد آلية لتبادل المعلومات داخل شركة وبين الشركة وشركات الأخرى المماثلة من جهة وبين الشركة وعملاء من جهة ثانية

- **التجارة الإلكترونية** هي عمليات لتبادل باستخدام التبادل الإلكتروني للمستندات (EDI) Electronic Data Interchange ، أو من خلال البريد الإلكتروني (Email) لشركات لإنكترونية، ولفاكس، وباستخدام التحويلات الإلكترونية للأموال (Electronic Funds Transfer) وكذلك كل لوسائل الإنكترونية المشابهة هذه النشاطات

- **التجارة الإلكترونية** هي نوع من عمليات البيع وشراء التي تتم ما بين المستهلكين ومنتجين أو بين شركات بعضهم يستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

- **التجارة الإلكترونية** وهي عبارة عن تجارة لأعمال ما يطلق عليه باللغة الإنكليزية (B2B-business to business) ، حيث يتم التعامل مع الشركة ضمن صاوين ويب خاصة بالشركة والمبر قابل للشراء على الجمهور، من جهة ثانية فهي تنحصر في تجارة الأعمال مع المستهلكين (B2C-business to consumer)

من خلال تعريف أنة اذكر ولتي على لأعلام كانت تتضمن أهم المصداق والخصائص التي تمنع فيها التجارة الإلكترونية، يمكن أن نحصيها بالآتي

- استخدام تكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصالات في إدارة أنشطة لعمليات التجارية بين شركات مع بعضها لبعض من جهة وبين شركات وعملياتها (المستهلكين)

- استخدام تكنولوجيا المعلومات وشبكة اتصالات في إدارة نشاط العمليات التجارية بين الشركات والحكومات الإلكترونية
- تعمل على رفع الكفاءة في أداء وتحقيق الدعاية في التعامل من استعمال تكنولوجيا معلومات وشبكة اتصالات بشكل مثالي
- تعمل على تحطيم الحدود الرسمية والمكانية التي تقيد حركة التعاملات التجارية عادة .
- تتدخل بسرعة كبيرة لتلبية حاجة السوق من خلال الاستجابة لسهولة المتطلبات. وذلك من خلال التعامل مع العملاء (مستهلكين) بطائين للسلع والخدمات على شبكة الاتصالات
- نمو لتجارة (إلكترونية على نسيط الإجراءات ووصوح التعامل و أداء العمليات التجارية
- بالاعتماد على ما سبق يمكننا أن نعرف لتجارة (إلكترونية على النحو التالي

لتجارة (إلكترونية Electronic Commerce عبارة عن جميع العمليات والأنشطة التي لها صلة بشراء وبيع السلع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الإنترنت أو أي شبكة أخرى مثل الشبكات التجارية العالمية أو الشبكات المحلية. ويتضمن هذا التعريف الأمور الآتية

- 1 الإعلانات بجميع أنواعها عن السلع والخدمات
- 2 تقديم المعلومات عن السلع والخدمات بشكل واضح وصريح
- 3 ربط العملاء بعلاقات يخصص عمليات البيع والشراء وتقديم الخدمات ما بعد عمليات البيع
- 4 عملية التفاوض بين العملاء (البائع والمشتري) وتحديد أسعار لسلعهم وخدماتهم .

5. عقد الصفقات وإبرام العقود بعد التوصل إلى اتفاق فيما بينهم نتيجة لتفاوض.
6. سداد لالتزامات المالية ودفعها وتقديم ائتمانات وتسهيلات اللازمة
7. عمليات تسليم السلع وتقديم الخدمات ومتابعة الإجراءات النهائية للصفقات المفقودة

سمات التجارة الإلكترونية

مطلقاً من تحديد أعلاه للتجارة الإلكترونية نجد إنها تتمتع بعدد كبير من السمات الهامة ومذكر منها

1 عدم وجود علاقة مباشرة بين طرفي العملية التجارية حيث يتم للتأني بينهما من خلال شبكة اتصالات (أي لمعامل بين العملاء يكون عن بعد) وبالرغم من أن هذا النموذج ليس جديداً حيث شهدت التجارة (المستخدم المكثف لوسائل الاتصال مثل هاتف والفاكس والمرسلات التجارية بجميع أنواعها، إلا أنه يمتد بوجود درجة عالية من التفاعلية بعض النظر عن وجود طرفي التفاعل في الوقت نفسه على الشبكة. و هو يشبه إلى حد ما تدور المكالمات أو المحادثات مع الآخر بعض الاعتبار عامل الزمن والسرعة في الاستجابة

2 هذا النوع من التجارة يأمن إمكانية التفاعل مع مصادر متعددة في وقت واحد ، حيث يستطيع بائع أي أحد طرف التفاعل الإلكتروني من إرسال رسالة إلكترونية إلى عدد لا نهائي بوقت واحد للمستقبلين اربعين في ذلك ودون الحاجة لإعادة إرسالها في كل مرة من هذه الميزة توفر شبكة الإنترنت إمكانية لتفاعل جماعي غير المحدود أي التفاعل المتوازي بين الأفراد والمجموعات وهذه تعتبر ميزة جديدة غير مسبوق في أدوات لتفاعل السمة مثل خاصية المؤتمر على خاتم وهي لأقرب الخاصية لتفاعل الجماعي حيث تسمح لعدد محدود من المشاركين

3 إمكانية تعيد وإيجار كل المعاملات التي تخص نشاط العملية التجارية بما فيها تسليم السلع الغير مادية على الشبكة (مثل البريد والتصميم وغيرها...)

4 إمكانية التداول الإلكتروني لبيانات ولوثائق (EDI Electronic Data Interchange) وهذا يحقق أسباب لبيانات والمعلومات بين جهات مشتركة

في العممية لتجارية دون تدخل بشري وبأقل تكلفة وأعلى كفاءة وذلك من خلال التأثير المباشر على أنظمة المحاسبة في الشركات الدخلة في عملية لتعامل التجاري

الماخذ على التجارة الإلكترونية

من ميوب التي تأخذ على التجارة الإلكترونية مذكر:

- 1 عدم الوثوقية وخاصة في هذه نوع من التجارة ما بين الأطراف غير المعروفة بالنسبة لبعضهم لبعض والتي لا تتمتع بالشهرة التجارية لكافة
- 2 ليست في مأم من الخصوصية ولتدخل في شبكات عالمية والذي يحصل في مثل هذه الموقع من أجل سرعة المعلومات والوصول للأرقام السرية للحسابات وبطائق الائتمان
- 3 وجود النجس لدولي من قبل بعض الحكومات والشركات الكبيرة ومتعددة حسبت على أعمال وتجارة بعض شركات والأفراد تحت درجة لأسباب الأمنية يتم حصول على أسرار لصعفات لتجارية وتحويلها للمصلاء المافين
- 4 عملية النصب والاحتيال التي يتم مروريتها تحت أسماء معروفة وذلك بفصل الابتزاز والحصول على المال من اقصر الطرق
- 5 عدم وجود أنظمة وقوانين للزمنة لكافة بدول في العالم، ون وجدت في بعض لدول فهي تختلف في تشريعها فيما بينها، وبالتالي لا تصلح إلا في البلد المشرع علماً أن هذه نوع من التجارة يتعدى الحدود ولأقاليم خمرية اختلاف أنظمة والقوانين لدولية في القول أو عدم لقول في المعاملات التي تجري في شبكات الاتصال الإلكترونية.
- 6 عدم توفر البنية التحتية التي تحتاج إليها شبكات الاتصالات والمعلومات في جميع الدول مما يجعلها مقنصر وحكر لبعض لدول في العالم دون غيرها

7 تحتاج إلى تكدير لعملي والتفتي ،مدي يقوم على إدارتها بالإضافة إلى ،التكادر
لتخصص في إدارتها ، مما يجعلها أعباء إضافية

8 تحتاج إلى مستوى عملي من الحاطرة. ومعروف أن رأس المال جيل
بطبيعته لذلك لعذية هذا التاريخ لم تستحوذ على ابرساميل الكبيرة

على رغم من كل هذه لعيوب التي تؤحد على التجارة الإلكترونية إلا أن
العلم يشهد اليوم تطوراً كبيراً وملحوظ في تحطيم هذا وهناك ريادة فعلية
ووضحة في حجم لتجارة الإلكترونية بصورة تفوق الخيال وتوفدت لكل
الشركات المتخصصة في مثل هذا المجال من الدراسات والتحليل وعدد
التبؤات الأمر مدي أدى إلى حدوث تفاوت كبير بين الأرقام لصادرة من
المركز البحثية المختلفة عن بعض 'متمرة لرمية ونسطة معها تحت دراسة
هذا الأمر أحدث إدراك في عمل هذه المركز المتخصصة. ولتي أصبحت في
لوقت البر هي تصدر هذه بشرت (تقارير) للتبؤات بشكل دوري والمتابع هذه
لدوريات يلحظ لاختلاف الكبير في أرقام هذه الإصدارات المتتالية

لقد أدى هذا التباين في الأرقام بين الشركات المتخصصة إلى عدم
الاتفاق على رقم محدد للتجارة الإلكترونية سواء كان في المصفي أو احاصر أو
المستقل ويزوج الرقم المحتمل لوصول إليه في عام 2002 بين 350 مليار
دولار في بعض التبؤات وبعضها الآخر وصل هذا الرقم إلى 2 تريليون
دولار في نجد أن هذا الرقم وصل 2 تريليون دولار في بعض التبؤات
المتقدمة أي أن هذا لتريد في حجم لتعمل بالتجارة الإلكترونية بلغ 200 /
سوية. حيث بلغ عدد الشركات لمارصة نحو 600 ألف شركة ورد عدد
المشاركين يصبح 250 مليون مشترك يسرد بعضاً من الخلفات التي تعتبر سبباً
في التباين الكبير لهذه الأرقام المتباينة فيما بينها

1 الافتقار إلى التعريف المحدد والدقيق للمفهوم المتكامل للتجارة الإلكترونية
هذا ما تمت الإشارة إليه سابقاً على مسيل لذلك من إتمام التباينات

لتجارية من خلال البريد الإلكتروني وإجراء باقي المعاملات بالطرق التقليدية هو جزء من التجارة الإلكترونية أو جزء من المعاملات التجارية العادية ؟

- 2 عدم القدرة على المتابعة الدقيقة وحصر حجم الأعمال التي تتم إنجازها في معاملات التجارة الإلكترونية
- 3 تسرع واختلاف مجالات الأنشطة التي تتم عبر الشبكة والتي تخضع لمفهوم لتجارة الإلكترونية الشامل كتمعاملات مالية ومصارفية في الأسهم وما إلى ذلك من أنشطة مالية

مجالات موازنة نشاط التجارة الإلكترونية

نشاط التجارة الإلكترونية في كثير من المجالات يذكر منها على سبيل لذكر لا لحصر تجارة التفرقة أعمال تسوك و التمويل التوزيع الدراسات والتصميم الهندسية ، المعاملات التجارية الإعلان لشر خدمات متخصصة ونوع أخرى من تجارة إلكترونية مختلفة سبيل إبقاء لصوء على بعض من أوجه موازنة نشاط التجارة الإلكترونية

تجارة التجزئة Retail

وهو نشاط التجزئة والاقتصادي الذي يستهدف الأفراد على شبكة الاتصالات وخاصة يتناول هذا نوع من تجارة السلع والخدمات التي يطلبها الأفراد بالمرحة الأولى كعرض لرحلات سياحية أو تقديم لبرقيات المختلفة وبيع الكتب والمجلات، حيث يتم فيها البحث عن اسم الكتاب أو المحتوى ومعرفة السعر يتم عادة عملية الدفع ثم أخذ السلع والخدمات بالطرق الإلكترونية، سواء بالبطاقة الائتمانية أو عبرها من طرق الدفع التي تم استحداثها مثل هذه العرض

المسوك والتمويل Finance

كثيراً من المسوك تدجأ إلى تقديم الخدمات الإلكترونية على مختلف أنواعها ، ومن أسهلها فتح الحساب و الاستعلام عنها ومناخة أسعار لأسواق المالية والنورصات وبيع وشراء الأسهم وغيرها من الخدمات الأخرى المتاحة لتوزيع Distribution ظهرت في الآونة الأخيرة شركات هي الإنترنت تقوم بوظيفة التوزيع للمستهلكين مثل ذلك توزيع المنتجات الإلكترونية من برامج وأجهزة حاسب آلي ، توزيع لصور ، وأفلام ، وشرائط لموسيقية وذلك لحساب متجزة مقابل خدمات العمولة التي تحصل عليها.

الدراسات والتصميم الهندسية Engineering

لقيم بالدراسات والأبحاث لحسب لشركات حسب لطلب وذلك بعض لظفر من مكان نوحد الشركة التي تطلب الدراسة أو لتصميم هندسي المطلوب تصميم الموقع هي لشبكة الإلكترونية وتقديم الخدمة لخدمة من صيانة وغيرها تصميم لمتجزة الجديدة، من خلال مجموعات عمل متنوعة ومتوزعة في أنحاء جغرافية متباعدة ومدون لثو جد في مكان مص، على سبيل مثال إتاح الخدمات الإلكترونية وطورها في أنحاء المتفرقة من لعالم لولايات المتحدة و،يابان و مجموعة دول لشرق أي تصميم حاسبات يعمل أعصانه في مواقع جغرافية متباعدة

التعاملات التجارية Business support

يقصد بذلك التعامل التجاري على أصوله عكسية كإتبادل التجاري بين لشركات حيث تقوم الشركات بعرض منتجاتها من خلال لإعلانات الإلكترونية على لشركات ومن ثم تقفي لطلبات وإجابة على الاستفسارات في طريقها لعقد الصفقات التجارية حسب لمرحل عملية لإبادل المتبعة كتقديم لتسهيلات التجارية ودعم نظم الدفع المتبعة وتبادل المستندات

ولوائق اللازمة وتقديم لتسهيلات لدمية و تقديم خدمات ما بعد البيع
للمتجذات التي تتطلب مثل هذا النوع من الخدمات.

وتقديم الاستشارات الطبية وإجراء الفحائيل اللازمة؛

صح من إحدى الأساليب الهامة التي يلجأ إليها لأطباء والمواطنين في
بلدان العالم البامي الحصول على لتحديل لطية ولاستشارات الطبية اللازمة
دون تحمل هاء السفر وتكب المصاريف العالية

العمليات الجراحية؛

في الآونة لأخيرة يشهد لعالم نكثير من العمليات الجراحية المأخوذة على
مخلف أنواعها يتم من خلال لشبكة لعامة للاتصالات. ونعرف بما يسمى
لعمل الجراحي عن بعد بما يخفف هاء السفر على المرضى ويجعلهم يحصلون
على العلاج في أوطهم

نظم الدفع والصداة في التجارة الإلكترونية

يتم عادة استخدام طرق كثيرة ومتوعة لإرم الصفات التجارية وتعب
لعمقود ذات اطاق لتجاري على لشكات الإلكترونية ، وسوف نذكر منها
الأكثر استخداماً

الشبكات الإلكترونية؛

حاولت ونحاول بعض المؤسسات المالية تطويع كافة وسائل لدفع
المعروفة تتناسب مع مقتضيات التجارة الإلكترونية وقد جرى تطوير استخدام
لشبكات لورقية إلى نظام شبكات لإلكترونية يعتمد لنحويل الشبكات الورقية
إلى شبكات رقمية على أساس الدراسات التي تمت في لولايات المتحدة والتي
أوصحت أن لبوك تستخدم سوية أكثر من 500 مليون شيك ورقي تتكلف
إجراءات تشغيلها حوالي 79 سنت لكل شيك وتترايد أعداد لشبكات بسعة
13 سوية وعدد أجريت دراسة عن إمكانية استخدام لشبكات لإلكترونية

أتصبح أن تكلفة التشغيل لشبك يمكن أن ينحصر إلى 25 سنت مدلا من 79 سنتا وهو ما يحقق وفر بريد عن 250 مليون دولار سنويا في الولايات المتحدة فقط تعتمد فكرة لشبك الإلكتروني على وجود وسيط يقوم ببحرء عملية التحصيل^٢

البطاقات المصرفية:

نشء من حيث لعمل البطاقات المصرفية المعروفة ولكنها تختلف هذه لبطاقات عن بطاقات الائتماء في طريقة السدد حيث يتوجب على العميل تقديم المبالغ بالكامل للشبك خلال الشهر الذي تم فيه السحب و على لرعم من امره اني تقدمها البطاقات للاستيكة لخدمتها، إلا انها لا تزال غير منتشرة بانعدرك الكافي في لوطى العربي ويمكس إرجاع ذلك لعدة أسباب من بينها، انخفاض المستوى التقني أو مستوى لدحول أو كلفة، بالإضافة إلى عدم اشتهاء في الجهات التي تصدرها

^٢ هشام المهدي . موقع على الانترنت يعرض المدونات عن التجارة الإلكترونية

التجارة الإلكترونية العربية

أجرى موقع (عجيب) ندي بحظي شعبية واسعة في الأوساط العربية عدد مستخدمي الإنترنت دراسة يست أن مستخدمي الإنترنت في العالم العربي يلمو في بداية عام 2002 حوالي 3 ٩4 مليون مستخدم بعد أن كانوا 1 5 مليون مستخدم في عام 2001** ويتوقع هذه الدراسة أن يرتفع عدد مستخدمي إلى 12 مليون مستخدم في نهاية عام 2002. هذا يعني أن التجارة الإلكترونية العربية هي في تزايد نظر لأن العرب المستخدمين للإنترنت هم في تزايد. وهذا لسبب ولحزمة لمعطيات والمتغيرات التي تسود العالم والوطن العربي بشكل خاص، نجد أن مجلس الوحدة الاقتصادية التابع للجامعة العربية حدد هذه المتغيرات بعين الاعتبار ويعمل على تطويرها وحمايتها.

يقوم مجلس الوحدة الاقتصادية بمسح جيدة من أجل تأمين الحماية اللازمة للتجارة الإلكترونية العربية بعد تزايد عمليات القرصنة وخرق المعلومات في العالم وحدث من خلال إنشاء أول شركة عربية بتأمين التجارة الإلكترونية العربية حيث تبنى الأرقام «حسابية إلى نحوها لتزويد في الآونة الأخيرة. يأتي هذا المشروع العربي الجديد في على خلفية اتساع مساحة ارتكاب الجرائم ومعدلات اختراق المعلومات داخل شبكة الإنترنت وهذا يعرض المعاملات التجارية الإلكترونية العربية للقرصنة والسرقه وخاصة نتيجة تعاقب ظاهرة تسرب البيانات والمعلومات، الأمر الذي يؤدي وضع عائق حقيقي أمام التجارة العربية، التي ما زالت في طور الولادة. ويقدر مجلس الوحدة الاقتصادية لتابع جامعة الدول العربية معدل النمو في التجارة الإلكترونية عربي بحوالي 15، مقابل 30، عالمياً، ويبلغ حجم التجارة الإلكترونية العربية حالياً يبلغ نحو 3 مليارات دولار مقارنة بحوالي 135 مليار دولار عالمياً، ويتوقع أن يتبع حجم

** إبراهيم معروف مجلة البيا العدد 66

التجارة الإلكترونية العربية المتوقع مع نهاية العام المقبل 2003 يتجاوز 5 مليارات دولار مقابل حوالي 3 تريليون دولار حالياً¹

أكد المجلس الوحدة الاقتصادية الجامعة الدول العربية على ضرورة إيجاد تشريعات قانونية تنظم لتجارة الإلكترونية عربياً من أجل المحافظة على مصالح الدول العربية بتحديد من عمليات العرضة وسرقة للمعلومات، وخاصة أن كثيراً من الدول العربية أصبح يمتلك العرض في مجال صناعة البرمجيات وتنظيم المعلومات وبتنظيم لبرمج وتطبيقاتها ويسمى المجلس الوحدة الاقتصادية العربية لإنشاء شركة عربية لتأمين المعلومات والاتصالات برؤس عدل مدني 5 ملايين دولار بهدف إنتاج وتسويق أجهزة وأنظمة تأمين وحماية للمعلومات والاتصالات بأيد عربية²

رغم من كل هذه المساعي التي مارستها في حيز الدراسات والاجتماعات إلا إنه من الصعوبة يمكن تحديد موقع الدول العربية في لتجارة الإلكترونية معوماً له أن دول الخليج العربي ومصر تأتي في مقدمة الدول العربية حيث تصدرت دول مجلس التعاون الخليجي قائمة الدول العربية من حيث حجم هذا النوع من التجارة حيث بلغت حجمها 1.1 مليار دولار أنت مصر بعدها بقيمة 500 مليون دولار فيما توجعت 1.2 مليون دولار بين بقية الدول العربية الأخرى³ كما أصدرت التوقعات حسب البحث لأهلي مصري انه بالرغم من زيادة حجم التعاملات التجارة الإلكترونية بين مصر والدول العربية رغم عدم وجود حاجر اللغة والمسافة إلا أن هذه التجارة لم نشط وديت بسبب عدم

موقع الأردن على شبكة الإنترنت

¹ المصدر السابق

² د. حماد مصطفى، المؤتمر العلمي الرابع للمجلس الوطني العربية لدى فرق التجارة الدولية

دمشق - 17-18 ايلول - 2002

• عتبات مؤسسات الأعمال العربية (أي لتاجر عربي) على قبول شروط الطرف الآخر في حين هو يقبل الشروط العالمية ذات المصادر الأجنبية

أن لتجارة الإلكترونية العربية تنحصر على أغلب في الاستيراد للمنتجات والخدمات والسلع والخدمات من المصدرين الدوليين ، أي الطرف لعمل ومؤثر في لتجارة أن إلكترونية هي لدول غير عربية بالطبع هذا يجعل لتجارة انعمرة مسهلة للسلع والخدمات الأجنبية مما يصعب عملية اجتماعها في التعامل العربي العربي لعدم وجود ما لأساس لدي نسي عية في عملية التبادل

العوامل التي تقف في وجه التجارة الإلكترونية العربية

يمكننا أن نحمل حملة العوائق في هذا النوع من لتجارة في لوطن العربي على النحو التالي:

- افتقر الموقع العربية إلى الخصائص المميزة التي تصمي إلى لوائح الحادية ولجعل العملاء يقدمون على مواقعهم
- مشكلة لدغة انعمرة ولافتقر لرمح العربية ذات محركات البحث لقوة الفاعلة على الحد من نقطة انصبغ هذه وخاصة وان لدغة الإلكترونية هي لدغة لمستخدمة في تبادل للمعلومات على مستوى الشبكات العالمية
- لافتقار إلى النظم المصرفية في أغلب لدول العربية لفقدرة حل مشكلات السداد ودفع عن طريق الإنترنت وبطرق الائتمان وتبرير في هذا لسياق مسألة استخدام بطاقة لصرف (إلكترونية، وهي الموصلة الأولى في البيع والشراء، حيث أورد تقرير (أي ماركتر) الأميركي أن 41 في المئة من عمليات لتجارة غير لائبريت شهدت حالات استخدام غير مشروعة، وتم سحب أموال بطريقة غير شرعية

من ألتجار المتعاملين بهذا النوع من التجارة وتمثل هذه النسبة ارتفاعاً من ٦5٪ من عمليات استخدام بطاقات غير المشروع وطبق للمعنى استقبر فقد أضاف ٥7٪ من التجار بأنهم يحشون أن يتعرضوا إلى الإكلاس بسبب تكرار عمليات التصرف غير المشروع ببطاقات الصراف الإلكتروني^{٥٦}.

• الافتقار إلى تشريع قانوني المناسب لمبسط عمليات لتجارة الإلكترونية فيما بين لدول لعربية وحتى على مستوى الدولة العربية الواحدة

• الافتقار إلى السية الأساسية للتجارة الإلكترونية في أغلب الدول العربية وهي شهادة المصدر

• الافتقار إلى السية الأساسية التقنية لتجارة الإلكترونية في أغلب الدول العربية وخاصة ارتفاع نسب لتجهيزات الإلكترونية وارتفاع نسب أأور الاتصالات وصعوبة توفرها في بعض الدول العربية

• أأكومات عربية بطريقة تعاملها مع التجارة الإلكترونية في ظل غياب استراتيجيات واضحة ومحددة وخاصة مع تكنولوجيا المعلومات وتشكيل لشكات الوطنية التي توفر قاعدة بيانات لضرورية لهذا النوع من التجارة

• العادات والتقاليد لاجتماعية التي يؤمن بها المستهلكين تعتبر عائقاً في وجه لاستفادة القصوى من فوائد الشكات لعامة للتجارة الإلكترونية والمثل الشعبي يقول زوجة على ما هودته وابنت على ما ربيت أي عامل التربية له دور هاماً في الإقدام على ذلك، لذا يتوجب علينا أن نحاور أأاور العامل النفسي الذي يقف عائقاً بينا وبين التخدم والإقدام

^{٥٦} إبراهيم معروف ، مجلة البيا العدد ٥٥6

على التعامل مع هذا النوع من التجارة ونفس الوقت يتوجب علينا أن
 نعد أبحاثنا إعداد جيد للمستقبل لنصنع لهم التقدم ونحقق العالمي
 • تكثف بناء موقع إلكترونية في الشبكات العالمية ما تراه مكثفة لأنها
 تعتمد على الختريين في إشرافها وإدارتها وصيانتها لضمان نجاحها . و
 يحمل هذا النوع من التجارة صفات جديدة
 • الافتقار إلى مركز البحث والتطوير من أجل تقديم الاستشارات
 ومساعدة المواطنين في بلدانهم في التخلص من أميتهم للإلكترونية أولاً
 ومن ثم بناء الإنسان المعلوماتي ثانياً.

• لا بد من التعاون الدولي في بدء الثقة بين المتعاملين و ملاحقة
 المصوص والمتطمين والتجسس على المعلومات

وفي الختام نخص إلى القول أن التجارة الإلكترونية محلاً أم أجلاً
 ستتحكم درنا ونكن حياً أن بعد لها انعد من أجل أن يكسب منها ويجب ألا
 يعيب عن ذهب بنا قوم دهم كتابهم وحتمهم على ممارسة التجارة لأنها عمل
 مبارك إذا تبع وسائل لكسب الخلال لذلك يجب إعداد العدة اللازمة
 كحكومات و هيئات ومؤسسات وأفراد ولاشعبد عن لشعبد الصناعة التي تنوع
 لا ترد ولا تبدل عابوم لأسوق العالمية تتقارب والحدود تتلاشى وتحرير
 التجارة قادم وحرية رأس المال محقة لان لشعبد لعالمية الجديدة قادمة علينا
 وكل ما عيب إلا أن تتعامل معها وتؤثر فيها ونكسب منها ولا نتركها نعبث
 بها نسيرنا ونرمينا قتلى في صفر دارنا وكل عد يحدث في التحكم عن بعد
 ولانصال بالشبكات لعالمية أصبحت بعض خامعت لعالمية لا تمنح دبلوماساً
 لإداره أو في التجارة لأي حدب لا إذا استطاع أن يفتح موقع على الشبكة
 العالمية ويحقق من خلاله كسب مادياً ملموساً وواضحاً

لنظام العالمي الجديد يحول تدريجياً ليصبح هذا إلكتروياً في طريقه إلى
 لدولة إلكترونية دحياً أم لم نرعب ولكن هناك بعض المحددات والتي تختلف

من دونة إلى أخرى حسب طبيعة المدن وموقعها من التقدم العلمي أولاً، وبحسب الإيمان في لعولته في تحتاج العالم ثانياً بمكسب تصنيف هذه المحدثات على النحو الآتي :

المحدثات الاقتصادية :

وأهمها تحس متوسط دخل الفرد وتخفيض متوسط لتكلفة لاقتصاديه للحصول على تكنولوجيا الحديثة

المحدثات التشريعية :

عن طريق سن «قوانين» وتشريعات اللازمة لخلق بيئة إلكترونية مواتية تأسيس جمعيات الخاصة بحماية المستهلك بناء منظومة مؤسسية حكومية لحماية وإدارة المصالح العامة وبناء البنية التحتية

محدثات البنية التحتية :

وهنا يتطلب من حكومات والمؤسسات لدولة الاهتمام في مستكمال البنية التحتية لتكنولوجية الاتصالات في جميع أنحاء البلد الواحد ومن ثم العالم جمع ومن ثم الاهتمام في بناء لشبكات المحلية وتطويرها وربطها في لشبكات العالمية

المحدثات الثقافية :

ردباد لوعي عند المواطن وتطبيق التعميمي الإبرامي، الذي يعمل على التحصن من أذية ورفع شعار لقرن احادي والعشرين لابد من القضاء على أذية عدم المعرفة والقدرة على استخدام الحاسب الآلي والتعامل مع التكنولوجيا الإلكترونية وأجهزة الاتصال العالمية

المحدثات الإعلامية :

بشرا «ممرات» للوصول لشبكة عالمية من أجل الحصول على «بيانات» وللمعلومات سواء لإجراء لبحوث أو لأهداف أخرى وهذا تدخل محدثات

المهارة في استخدام التسويق لشريف أي يجب أن نتعامل مع شبكة الإنترنت باعتبارها كوسيلة إعلانية جديدة. الأمر الذي يتطلب منا أن نعرف على كيفية عمل شبكة الإنترنت لا بد من قضاء ساعات عمل طويلة أمام الشاشة ولوحة المفاتيح. حتى يتمكن من التعرف على العالم الإلكتروني ومن يتحدث فيه وبدون التجربة العملية غالب لا نستطيع أن نصل إلى عقول هؤلاء المتجولين بين مواقع لشبكة الإلكترونية. فإنهم الأصحح هذه السوق تعتبر طريق النجاح للوصول إلى الرئاس و إقناعهم بأهمية الخدمة التي يروج ها يجب أن لا نسي أن هناك رابطة عاطفية قوية نشأ بين المتجولين على صفحات الإنترنت وبين شبكة الإنترنت نفسها. وهذه الرابطة هي أقوى من الرابطة الكائنة بين مشاهدي التلفزيون والتلفزيون نفسه. وأكبر بكثير من الرابطة بين مستمعي الراديو ومحطات البث هم لذلك يتوجب استخدام هذه الحقيقة لخلق نوع من الترابط بين التجارة الإلكترونية والرئاس. ومن أجل شد هذه الرابطة لا بد من قياس شعور الرئاس في موقف وطريقة عرض البث، وذلك خلال تخصيص روية للمحرر وانتفاش المعرفة ردود أعمال لرو وما هي تعيقاتهم و الأمر لأهم هو عدم محاولة فرض إعلانات عليهم. ويجب أن نشعرهم بأنهم في الاحترار، حيث إن هذا الأمر سيجعلهم أكثر راحة، مما يعطي فرصة بناء علاقة عاطفية بيننا وبين مجتمع الإنترنت

المحددات النفسية:

وأهمها قبول التعامل مع العالم من خلال شبكة الاتصالات أي التعامل عن بعد دون معرفة مسبقة بالجهات التي يتم الاتصال بها وهذا تدخل محدود المهارة في كسر الحاجر النفسي في الخوف من التعامل ودنث من خلال الصدق في المعاملة والشجاعة في التعامل هذا من جهة ومن جهة ثانية يتطلب من مهارة

في التسويق لشريف أي يجب أن تتعامل مع شبكة الإنترنت باعتبارها كوسيلة
إعلانية جديدة، الأمر الذي يتطلب منا أن نتعرف على آلية عمل شبكة
الإنترنت في الوصول إلى الرئاسات المنتظرين بعد التجاور بهم الحاجر، النفسي
ولسيكولوجي الماع لهم من الإقراء على هذا لتعامل تحت ذريع يشه
المفروضين في جمهور المتعاملين على شبكة الإنترنت

وهذه المحددات تقع أحداً عتقاً في وجه بعض لدول العربية في
الوصول إلى الإنترنت لمرارة التجارة الإلكترونية حكومياً أو تقع عاتقاً أمام
الأرد لذلك و من خلال التنسيق فيما بين لدول العربية من مؤسساتها في
الجامعة العربية يتم تدليل العوائق والعمل على شدد هذا السور من التعامل فيما
بين الدول العربية ومن ثم نقل هذا لتسبق إلى هتات والمنظمات لدوية أو إلى
حكومات دول لعالم من أجل حاية التجارة الإلكترونية لعربية مو، طين ونجار

وفي الختام لا بد من لقول أن الحقيقة التي بدأت تصح كوقع ملموس
وحنفي في اقتصاديات مدن لعالم لي دخلت عصر التجارة الإلكترونية، وهي
أن مستقبل التجارة الإلكترونية سوء في لبوك أو في التبادلات لتجارية، أصبح
وقعاً يتطلب منا مناقشة مستمرات نجاحه ومقومات ديمومه، وذلك من خلال
لاستفادة من التجارب الدول التي دحمت وممارسات هذا النوع من لتجارة
بالإضافة إلى التخلص من المعوقات

يرى لكثير من المحللين، لاقتصاديين إنه لا من انصدي بلكد
لاقتصادي لعالمي، وذلك من دعم التشريع لتمية عبر الإنترنت، وتشجيع
لقطاع لتكنولوجيا من خلال استخدام لتقنيات الإلكترونية ولبرمجيات
المتطورة

وبعض لظر عما يشهده العالم من لتدهور ولاهبيل وخاصة في قطاع
اقتصاديات الإنترنت في لسنوات لأخيرة فقد اجمع كثير من المحللين في مجال
لمال ولأعمال على ضرورة لإقدام على خطوات حامية على أرض الواقع،

حيث جمع بعض من هؤلاء الخبراء في منتدى هورستز بولاية ميسوري بالمظهر في هذا الموضوع²² أكد توماس ستيمبيرج رئيس المؤسسة على الدراسات التسويقية على ضرورة استخدام التقنيات الحديثة والمتطورة في العمليات التجارية لأنها ستزيد من قوت لوريج التجاري، وتحسن فاعلية التشغيل في كافة القطاعات التجارية

ويرى كيبست تشبولت المدير التنفيذي لشركة السفر والخدمات المالية، الفاعلية أنه أن يكون لاستخدام التكنولوجيا المتطورة في تحريك لكساد لعالمي، وتوفير مثل حديثة ومرة لتصميم أعمال نموذجية لمحرك الأسواق المركزية، لشرح لعالم من لكساد الذي تعيشه ويمثل ملامح الدعم المرتكب في لترويج لمعدات لإنترنت ونشجيع البيع لحررة، وللممة على الشككت التجارية الإلكترونية وأكد على ضرورة تهيئ مشاريع تجارية لكي تستخدم لإنترنت في أعمالها، وزيادة لدعاية للارمة للمشاريع التجارية، والتصدي ومكافحة الفرصة، لكي تقف حائلًا أمام استخدام الإنترنت

يبدأ أكد روبرت كارتر، الرئيس التنفيذي لشركة سي أي أو، الأمريكية لمسؤولة عن الخدمات التجارية، أن المشكلة تكمن في عدم ترويد لشركات وللمشروع التجارية هي شبكة الإنترنت مراعى لتقنية لمتطورة لرفع قدرتها على مواكبة لتحديات المعروضة حاليًا، ولهي من شأنها أن تعيق أي تطور في القطاع التجاري على مستوى العالم وبين كارتر أن غياب البحوث التقنية لكي تقوم بها لشركات المتخصصة مثل مايكروسوفت لدفع العمليات التجارية على الشبكة، بالإضافة إلى غياب لدعم حكومي لتجدره للإلكترونية في كثير من البلدان

بالإضافة إلى ذلك تعتبر الفرصة من أهم عوامل تراجع لشركات التجارية عن استخدام لتقنيات الحديثة وفي هذا الصدد أكد نيد شادلر، باحث

²² "هل يسمح الإنترنت في إعداد الاقتصاد العالمي"، المونج العربي، المصري باب

في شركة فورستير الأمريكية المتخصصة في بحوث التجارة الإلكترونية. أن
السبب الرئيسي في تراجع عدد كبير من الشركات التجارية عن استخدام
التقنيات الإلكترونية وشبكة الإنترنت في توسيع قاعدتها التجارية حول العالم
هو مخاوفها من القرصنة وسرقة بطاقات الائتمان التي عادة تكبدتهم الخسائر
الحسنة

الختام

لتجارة الإلكترونية هي إحدى أهم مظاهر الحديثة في اقتصاد المعرفة والحرك الأساسي له، وتتمثل لقطاع لاسرع نمواً في لاقتصاد لعالمي وقد أصبحت واقعاً ملموساً في ظل البيئة الحاية، ومن المتوقع أن يتعاظم دورها في المستقبل العربي نظر لتأثيرها الفعال على بيئة الأعمال ونستخدم لتجارة الإلكترونية أنماط مختلفة في عملها مثل الاتصال والتبادل بين لشركات (b2b) ومثل الاتصال والتبادل بين الشركة والردس (b2c) أن انصهر العالمية للتجارة الإلكترونية، ألغت الحدود ولقيود أمام دخول لاسوق التجارية، وبمعناها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهث بعض نظر عن الموقع الجغرافي للبائع والمشتري.

وقد ترتب على الخصائص المسيرة لتجارة الإلكترونية ولزيادة في معدل مستخدمي الانترنت إلى سرعة انتشارها بين العديد من المنتجين والمستهلكين وحدث تطور في حجم لتجارة الإلكترونية على مستوى لعالمي.

أما بالنسبة لواقع لتجارة الإلكترونية العربية، فالرغم من الريادة المطلقة في عدد مستخدمي الانترنت في لعالم العربي وب رافقها من نماء وتطور محتوى الموقع، العدمية على لشبكة (الويب «www»)، لا تزال تحتل مستويات متواضعة على النطاق لعالمي أن ندمي حجم وامكانيات لتجارة الإلكترونية في الوطن العربي يعود إلى وجود عقبات وتحديات تحول

دون ازدهارها ونهضة الظروف الخاصة

أن تطبيق لتجارة الإلكترونية العربية وسنخدمها وبمير دورها وتعمل على زيادة نموها وتطورها يتطلب تصغير كل الجهود على المستويين المحلي ولعربي، مع ضرورة إيجاد بيئة تحية منطورة للاتصالات ونظم حيدة لادتها مع أرساء بيئة قانونية وتشريعية ماسبة لتوفير الحماية ولثقته للمتعاملين فيها ويبدو

أي مجامع تجربة بعض دول الخليج العربي وفي مقدمتها دولة الامارات العربية المتحدة. أصبحت تحدث شبه عدوى في باقي الدول العربية من حيث الاقبال على تطوير شبكة الانترنت ووضع الخطط والبرامج الكفيلة بالتحول نحو تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها وهي بدأت الوقت ديس على وجود امكانية كبيرة متاحه للدول العربية فيما لو توفرت الارادة الوطنية لمحتصه

قائمة المراجع

- (1) العالم الإلكتروني الجديد والتنمية. د/ رافت رضوان. المؤتمر الإفريقي الرابع للجان الوطنية العربية لدى غرفة التجارة الدولية - دمشق - 17-18 أيلول - 2002 .
- (2) التجارة الإلكترونية في سورية فرص ومخاوف. د/ حماد مصطفى. المؤتمر الإفريقي الرابع للجان الوطنية العربية لدى غرفة التجارة الدولية - دمشق - 17-18 أيلول - 2002 .
- (3) / هشام المهدي . موقع على الإنترنت Hisham_Elmahdy@hotmail.com
- (4) التجارة الإلكترونية والبنوك وتطبيقات استخدام الانترنت المصرفية عربياً وعالمياً هل ارتقت إلى طابعها الاستثماري ؟ Line Banking . / إبراهيم معروف . مجلة البأ العدد 66.
- (5) مقال: عن التسويق الإلكتروني .. هل يحقق الحلم . الموقع العربي المصري باب . WWW.BAB.COM
- (6) مقال: هل يتجعد الإنترنت في إنقاذ الاقتصاد العالمي...؟ الموقع العربي المصري باب . WWW.BAB.COM
- (7) 9- موقع شبكة الاستراتيجية . ملفات اقتصادية مختلفة.
- (8) الاستثمارات العربية بقلم: محمد عبدالمعطي - الموقع الإلكتروني لقناة الجزيرة.
- (9) ثورة المعلومات بقلم الدكتور: محمد فرباط - جامعة الشارقة.
- (10) مقتطفات من مجلة PC MAGAZINE للحاسب الآلي.
- (11) موسوعة ويكيبيديا
- (12) د. إبراهيم محمد درويش، المعالجة الضريبية للصفقات الإلكترونية، بحث مقدم الى مؤتمر المناخ المالي والاستثماري الذي عقدته كلية الاقتصاد للعلوم الادارية - جامعة اليرموك أربد- الاردن للعدد 29-31 تشرين 2002 ، ص 6.
- (13) د. رافت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية المنظمة العربية للتنمية الادارية، بحوث ودراسات، 1999 ص 348 .
- (14) د. ذيب ناصيف، التجارة الإلكترونية بين النظرية والتطبيق، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثاني لكلية
- (15) الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة العلوم التطبيقية / عمان/ الاردن للعدد 26 - 2006 / 4 / 27
- (16) د. إبراهيم محمد درويش، مصدر سابق ص 9 .

- (17) د. رأفت روضان، مصلو مابق ص 349 .
- (18) د. حسين المهدي/ الاقتصاد الرقمي في دول مجلس التعاون الخليجي (وثائق المؤتمر السنوي الثاني)
- (19) د. محمد الرميحي، صراع الفجوة الرقمية، جريدة العرب الدولية، العدد 9815، 2 أكتوبر 2005 ص 16 .
- (20) شركة يونايكس يارسل سيرفس United Parcel Service UPS صفحة الكتاب شرح القانون التجاري
- (21) كتاب مدونة التجارة الالكترونية : بقلم الدكتور فيصل علي
- (22) إذاعة صويسرا العالمية، جنيف .
- (23) احصاء قامت به شركة (NUA) وهي مؤسسة بحثية تعني بأستراتيجية الانترنت في (USA) للمزيد على الموقع www.Nua-Je-Survey
- (24) أبراهيم الماجد، مقال حول التجارة الالكترونية العربية منشور في مجلة العالم الرقمي على الموقع www.AJ-Jazirah.com
- (25) واقع التجارة الالكترونية ومزاياها <http://laden.Arspace.com/waku>
- (26) النادي العربي للمعلومات ((التجارة الالكترونية في العالم العربي)) أو www.middle-east-online.Com/technology
- (27) د. تادر فرجاني/ تحدي اكتساب المعرفة في الوطن العربي/ مركز المشكاة للبحث/ مصر/ 2003 ص 35 .
- (28) عثمان عبد الهادي ابراهيم، لاسوق عربية مشتركة. حتى على الانترنت، الحوار المتمدن، العدد
- (29) الشاذلي، سليمان بن محمد بن عبدالعزيز، 1426هـ، طرق حياة التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، الرياض، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية
- (30) روضان، رأفت، 1998، عالم التجارة الإلكترونية، القاهرة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية
- (31) وزارة التجارة، 2002، التجارة الإلكترونية فالمملكة انطلاقة نحو المستقبل
- (32) داوود، حسن طاهر، 1996، التجارة الإلكترونية قليل من الاوراق ومزيد من الالكترونيات، جهة الاسواق، العدد العشرون، ص: 22: 23
- (33) مراد ، عبد الفتاح ، استخدام التجارة الالكترونية للبيع والشراء على الانترنت، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 2003 .

- 34) دهبوان ، رافت ، عالم التجارة الالكترونية ، المنظمة العربية للتسمية الادارية ، القاهرة، مصر ، 1999 .
- 35) عبد الرحمن ، اسماعيل ، دول الخليج تنجح في اقرار قانون موحد للتجارة الالكترونية، الكويت، 2009.
- 36) بسبوتي ، عبد الحميد ، التجارة الالكترونية ، القاهرة ، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع ، 2003 .
- 37) نجار ، احمد ، اشكالية البعد الضريبي في التجارة الالكترونية ، جامعة الكويت ، 2002 .
- 38) نجار ، احمد ، التجارة الالكترونية والتسويق الالكتروني في ظل العولمة ، جامعة الكويت، 1999 .
- 39) شعبان ، عبد الله ، دور البنوك في التجارة الالكترونية ، مجلة اتحاد المصارف ، العدد 28 ، 2004 .
- 40) قصراوي ، نهلة ، بيئة التجارة الالكترونية في دولة الامارات ، الطبعة الاولى ، الامارات ، 2001 .
- 41) رحاحلة ، حازم ، حصانة ، حازم ، التجارة الالكترونية واثارها المتوقعة على الإيرادات في العالم العربي ، جامعة قبلاوليا ، 2001.
- 42) نور ، بسام ، اساسيات التجارة الالكترونية ، الموسوعة العربية للكمبيوتر والانترنت، 2002، <http://www.c4arab.com>
- 43) عبد الهادي ، ابراهيم عبد الحفيظ ، اطار مقترح للتعديلات الضريبية اللازمة للتحويل الى عالم التجارة الالكترونية ، دراسة نظرية ومبدئية ، 2000.
- 44) البكري ، تامر ياسر ، ادارة التسويق ، الطبعة الاولى ، الدار الجامعية للطباعة والنشر، بغداد ، 2002 .
- 45) الرجبي ، محمد تيسير ، اهمية التكاليف ، دار وائل للنشر ، عمان ، الطبعة الثالثة ، 2003 .

المصادر الاجنبية :

- 46) David R.T, the Impact of the Internet on the Taxation of International Transaction, Bulletin for International of Fiscal Documentation , vol. 50, No 11-12-1996 , pp526- 530.
- 47) Outline of presentation For the Banking and Financial Services Roundtable, Dr. Bachir G. Aftaki, ICC FORUM SEP 17-18,2002.
- 48) Telecommunication trend and Requirements. Mr. Tarek Niagi. ICC FORUM SEP 17-18,2002.
- 49) The Initiative for an open Arab g internet, www. Openarab.net.
- 50) Dempsey ,Donald, , " what is electronic commerce" ,usa,march,1997.
- 51) <http://www.Cuarab.com/showac>
- 52) Matz & Curry –" cost accounting ,planning and control " , 5th ed , 1972.
- 53) 4- Moscové, Crowing Shield –"Cost accounting with managerial applications" , fifth edition – 1985.
- 54) Siekle,Clarence,L. , "Cost accounting Fundamentals and Procedures " , 2nd ed, New York,1974 ,
- 55) Davis, Kenneth,R. " Marketing Management " , 3rd ed , Donald press Co ,New York ,1961.
- 56) 2000. JOENS, DON," E-COMMERCE FOR DUMMIES", NEW YORK , T-ROBBINS, STEPHEN& <http://www.Arablaw.org/E-commerce-general.doc>
- 57) Cannon, Tom,"Basic Marketing" , 4th. ed, Carrell publishers Limited , London,1996.

الموقع الإلكترونية:

- 1) <http://arbagi.jeeran.com/abuali.htm>
- 2) <http://ouruba.alwehda.gov.sy>
- 3) www.opendirectoriesite.info
- 4) www.aawsat.com/details.asp?section
- 5) <http://financialmanager.wordpress.com>
- 6) <http://arbagi.jeeran.com>